

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทย

ในบทนี้จะเป็นผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์พฤติกรรมความร่วมมือของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และผลการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยใช้ดัชนี Gini และดัชนี Shorrocks Order Two รวมทั้งผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทย การศึกษาครั้งนี้ นอกจากจะศึกษาถึงพฤติกรรมความร่วมมือของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น โดยใช้ทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly Market) ในการอธิบายแล้ว ในส่วนของการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้มีสมมติฐานในการศึกษา คือ ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การศึกษาในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ส่งออกในการเลือกใช้บริการ และ กลุ่มผู้ประกอบการในการให้บริการรับขนส่งสินค้าในเส้นทางดังกล่าว โดยจะแยกการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน คือ

**ส่วนที่หนึ่ง** เป็นผลการวิเคราะห์พฤติกรรมความร่วมมือของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นในเชิงบรรยาย (Descriptive) และ ผลการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นโดยใช้ดัชนี Gini และดัชนี Shorrocks Order Two

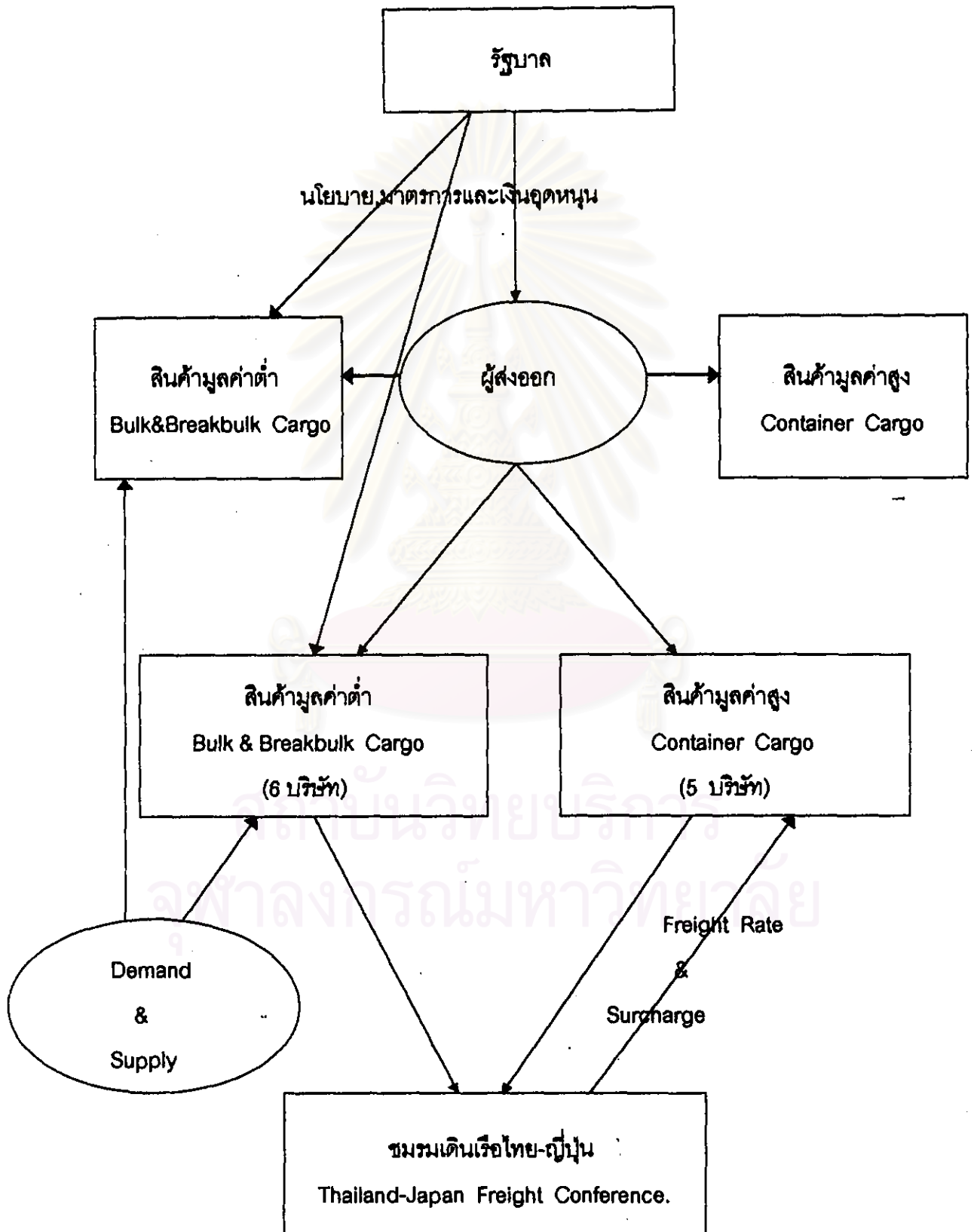
**ส่วนที่สอง** เป็นผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทย

#### 4.1 ผลวิเคราะห์ชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ ผลการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น

##### 4.1.1 ผลวิเคราะห์ชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น

การให้บริการรับขนส่งสินค้าออกในเส้นทางไทย-ญี่ปุ่น จากผลการศึกษา พบว่าโครงสร้างของตลาดมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly Market) ดังแสดงในภาพที่ 4.1 โดยมีลักษณะต่างๆ ที่ทำให้ถูกจัดอยู่ในลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยราย ดังนี้

ภาพที่ 4.1 โครงสร้างตลาดการขนส่งสินค้าขาออกไทย-ญี่ปุ่น



1. ปริมาณสินค้าที่รับขนของผู้ประกอบการในแต่ละรายมีสัดส่วนค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับปริมาณการขนส่งทั้งตลาด โดยเฉพาะปริมาณการขนส่งสินค้าขาออกในเส้นทางไทย-ญี่ปุ่น ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 4.1) พบว่า มากกว่าร้อยละ 63.25 ญี่ปุ่น โดยเฉลี่ยจะเป็นการขนส่งสินค้าทางทะเลโดยผ่านขบวนเรือไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.1 ปริมาณขนส่งสินค้าผ่านขบวนเรือไทย-ญี่ปุ่นเทียบกับปริมาณการขนส่งสินค้าออกทางเรือไปญี่ปุ่น

ปีพ.ศ.	Revenue Tons		สัดส่วนการขนส่งของขบวนเรือไทย-ญี่ปุ่น
	ปริมาณที่ขนส่งโดยขบวน	ปริมาณสินค้าออกทางเรือ	ร้อยละ
2530	862,420	1,685,758	51.16
2531	1,166,783	2,635,570	45.11
2532	1,478,147	2,982,132	49.90
2533	*	2,946,717	*
2534	2,164,214	2,767,174	77.65
2535	2,193,029	2,610,682	84.00
2536	2,392,015	2,645,708	90.41
2537	2,572,936	5,710,412	45.06
2538	2,428,747	3,911,685	62.09
2539	2,219,523	*	*
2540	2,503,523	3,917,697	63.90
2541	2,202,003	*	*

\* หมายถึง ไม่มีข้อมูล

แหล่งข้อมูล : Thailand Shipping Statistics, Office of The Maritime Promotion Commission.

: เอกสารรายงาน Thailand / Japan Freight Conference.

2. การดำเนินนโยบายต่างๆ ของบริษัทแต่ละรายจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน นั่นคือมีความขึ้นอยู่กับกันของผู้ประกอบการในแต่ละราย ซึ่งการดำเนินนโยบายต่างๆ ของผู้ประกอบการแต่ละรายจะส่งผลกระทบต่ออีกอย่างเห็นได้ชัดเจน

3. บริการมีลักษณะที่เหมือนกัน ในที่นี้คือการเสนอบริการรับขนส่งสินค้าทางทะเลจากไทยไปญี่ปุ่น อย่างไรก็ตาม อาจเกิดความแตกต่างของบริการในกรณีที่แตกต่างกันแต่ละบริษัทเสนอรูปแบบการให้บริการและส่วนลดพิเศษแตกต่างกันออกไปโดยจะเป็นการตกลงกับผู้ให้บริการเป็นรายๆ ไป

4. การเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่เป็นเรื่องที่ยุ่งยากซับซ้อน ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจรับขนส่งสินค้าทางทะเลเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงโดยเฉพาะเรือคอนเทนเนอร์ โดยทั่วๆ ไปเรือคอนเทนเนอร์ขนาด 4,000-5,000 TEU\* จะมียาตราประมาณ 2,000 ล้านบาทขึ้นไปโดยประมาณ ทำให้ระยะเวลาของการคืนทุนทางธุรกิจค่อนข้างนาน นอกจากนี้ รูปแบบและกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจยังมีความสลับซับซ้อน จึงเป็นอุปสรรคสำหรับการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดดังกล่าว

จากลักษณะความขึ้นอยู่แก่กันและกันของตลาดผู้ขายน้อยรายนี้ จึงทำให้เกิดแนวโน้มของพฤติกรรมที่สามารถแยกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ แนวโน้มการรวมตัวกันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ และ แนวโน้มการแยกกลุ่มกันในการดำเนินธุรกิจเพื่อแย่งกันแสวงหากำไร สำหรับในตลาดรับขนส่งสินค้าออกทางทะเลเส้นทางไทย-ญี่ปุ่น พบว่า จะเกิดพฤติกรรมการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อขจัดความขัดแย้ง ความเสี่ยง และการแข่งขันกันเองภายในกลุ่มรวมทั้งการกีดกันผู้ประกอบการรายใหม่ การรวมตัวของกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางเรือในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่นมีลักษณะการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ (Formal Collusion) นั่นคือ มีการตกลงร่วมกันอย่างแน่นอระหว่างกลุ่มสมาชิก เพื่อร่วมกันดำเนินนโยบายตามข้อตกลงและเงื่อนไขของกลุ่มที่ได้วางไว้ โดยการตั้งชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น (Thailand-Japan Freight Conference) พฤติกรรมดังกล่าวเป็นลักษณะของคาร์เทล (Cartel) ที่พบได้ในตลาดผู้ขายน้อยราย กลุ่มผู้ผลิตเลือกที่จะร่วมมือกันมากกว่าแยกเป็นอิสระจากกัน จากผลการสัมภาษณ์เลขานุการชมรมไทย-ญี่ปุ่น<sup>1</sup> พบว่า พฤติกรรมการรวมตัวของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยรายที่มีลักษณะการรวมตัวเป็นคาร์เทล

\* TEU. (Twenty Equivalent Unit) เป็นหน่วยของตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 20 ฟุต ซึ่งชมรมเรือจะบันทึกสถิติจำนวนตู้คอนเทนเนอร์คิดเป็นขนาด 20 ฟุตเท่านั้น โดยที่ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 20 ฟุต จะเท่ากับ 1 TEU. และ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 40 ฟุต จะเท่ากับ 2 TEU.

<sup>1</sup> สัมภาษณ์ อาทิตยา มิสรา, เลขานุการชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น บริษัทโอเรียลเต็ลลิงค์ จำกัด.

ประเภทของคาร์เทลแบ่งส่วนแบ่งตลาด (The Market-Sharing Cartel) โดยที่กลุ่มคาร์เทลแบ่งส่วนแบ่งตลาดจะตกลงแบ่งส่วนตลาดในระหว่างกัน แต่จะยังคงมีอิสระที่จะดำเนินนโยบายอื่นๆ อาทิ วิธีการผลิตหรือกิจกรรมส่งเสริมการขาย วิธีการของคาร์เทลแบ่งส่วนแบ่งตลาดจะมี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

**ลักษณะที่ 1** การตกลงกำหนดระดับราคาในอัตราเดียวกัน และแยกกันดำเนินนโยบายอื่นๆ ของตนเอง โดยจะให้การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน (Non-Price Competition Agreement)

**ลักษณะที่ 2** การกำหนดโควต้า (Determination of Quota) เป็นการตกลงที่จะแบ่งโควต้าการขายสินค้า ผู้ผลิตแต่ละรายไม่จำเป็นต้องมีส่วนแบ่งตลาดที่เท่ากัน วิธีการแบ่งส่วนแบ่งตลาดอาจใช้พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งสำหรับวิธีนี้ คือ การละเมิดส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตรายอื่นๆ

จากผลการสัมภาษณ์หลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง พบว่า ชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นมีลักษณะการดำเนินงานแบบคาร์เทลแบ่งส่วนแบ่งตลาดแบบที่หนึ่ง นั่นคือ ชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นจะร่วมกันกำหนดอัตราค่าระวาง และ อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษให้เป็นอัตราเดียวกัน แล้วสมาชิกแต่ละรายต่างแยกกันดำเนินนโยบายต่างๆ โดยใช้การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาเพื่อแสวงหาลูกค้า อย่างไรก็ตาม จากภาพที่ 4.1 ตลาดบริการรับขนส่งสินค้าขาออกทางเรือไทย-ญี่ปุ่นยังสามารถแบ่งตามลักษณะสินค้าที่รับขนได้เป็น 2 ตลาด ได้แก่

- ตลาดสินค้ามูลค่าต่ำ ได้แก่ ประเภทสินค้าเทกองและสินค้าบรรจุหีบห่อ (Bulk & Breakbulk Cargo)
- ตลาดสินค้ามูลค่าสูง ได้แก่ ประเภทสินค้าที่บรรจุคอนเทนเนอร์ (Container Cargo)

สมาชิกชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น มีลักษณะการรวมตัวของชมรมเดินเรือแบบไม่เป็นทางการ (Informal Agreement) นั่นคือ ไม่ได้มีการจดทะเบียนจัดตั้งตามกฎหมาย เป็นการรวมตัวกันเองภายในกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อกำหนดกฎเกณฑ์และเงื่อนไขข้อตกลงภายในกลุ่ม รวมทั้งการแต่งตั้ง

เลขานุการชมรมเพื่อมาทำหน้าที่ติดต่อประสานงานระหว่างกลุ่มสมาชิก จัดการงานด้านเอกสาร และเตรียมการประชุมทุกๆ เดือน รวมทั้งการจัดทำรายงานสถิติการขนส่งในแต่ละเดือนให้แก่กลุ่มสมาชิกรับทราบ ลักษณะของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นเป็นชมรมเรือปิด (Closed Conference) มีเงื่อนไขในการรับสมาชิกใหม่ที่จะต้องได้รับความเห็นชอบจากกลุ่มสมาชิกเดิมก่อน โดยที่ ณ ธันวาคม พ.ศ. 2541 ชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นมีสมาชิกจำนวน 11 บริษัท ทั้งบริษัทเรือไทยและบริษัทเรือต่างชาติ แยกเป็น กลุ่มบริษัทที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าต่ำเป็นส่วนมากจำนวน 6 บริษัท และ กลุ่มบริษัทรับขนส่งสินค้ามูลค่าสูงเป็นส่วนมากจำนวน 5 บริษัท โดยที่บริษัทเรือไทยจะอยู่ในกลุ่มที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าต่ำมากกว่า ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าต่ำเป็นส่วนมาก ได้แก่

1. บริษัท จุฑานาวี จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท ยูนิไทย ไสน์ จำกัด (มหาชน)
3. บริษัท ไทยพาณิชย์นาวี จำกัด
4. บริษัท ไทยเดินเรือทะเล จำกัด
5. บริษัท Kansai Steamship ,Ltd.
6. บริษัท Norwegian Asia Line ,Ltd.

กลุ่มที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าสูงเป็นส่วนมาก ได้แก่

1. บริษัท Kawasaki Kisen Kaisha ,Ltd. (K'Line)
2. บริษัท Mitsui O.S.K Lines ,Ltd.
3. บริษัท Nippon Yusen Kaisha ,Ltd. (NYK)
4. บริษัท Maersk Line ,Ltd.
5. บริษัท สยามเกตรา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

นอกจากนี้ ยังมีบริษัทเรือที่ไม่เข้าร่วมอีกจำนวนกว่า 30 บริษัทที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าต่ำในลักษณะการให้บริการแบบเรือจร (Tramp Service)

สำหรับตลาดสินค้ามูลค่าสูง จากการรวบรวมรายชื่อบริษัทเรือที่ได้จากแบบสอบถามพบว่าบริษัทเรือนอกขมมฯ ที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าสูงมีประมาณ 30 บริษัท ได้แก่ Evergreen , P&Q Container , OOCL , Hanjin , Cosco , RCL , APL , Wan Hai , Ben Ling , Uniglory ,Jarding , PME , KMTC , P&Q Nedlloy , Contchip , Hyundai , Leo Transport , MOL , Sealand , Hapag Lloyd , Yang Ming , S.V.Marine , PIL , ICNAL Shipping , TCD , Naiqai Nitto , Bara Shipping , CNC , Thai Shipping , Virgo Line ซึ่งลักษณะการเดินทางของบริษัทเรือนอกขมมฯ จะเป็นการเดินเรือแบบ Transshipment Feeder \* นั่นคือจะรับตู้สินค้าจากประเทศไทยเพื่อไปถ่ายลงเรือแม่ตามท่าเรือใหญ่ๆ อีกครั้งหนึ่ง อย่างเช่น ท่าเรือประเทศไต้หวัน ฮองกง และสิงคโปร์ เป็นต้น

สำหรับตลาดสินค้ามูลค่าต่ำ ในปีพ.ศ.2541 จากรายงานบริษัทเรือบรรทุกสินค้าที่ให้บริการรับขนส่งสินค้ามูลค่าต่ำเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์ พบว่า มีอยู่ 3 กลุ่มบริษัทด้วยกัน คือ กลุ่มบริษัทแสไทยเดินเรือ จำกัด กลุ่มบริษัทพีริเซียส ชิปปิ้ง จำกัด และ บริษัทแหลมทองอินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งกลุ่มบริษัทสองกลุ่มแรกจะมีบริษัทในเครือที่แยกกันดำเนินธุรกิจด้านต่างๆ อีกหลายบริษัทด้วยกัน

วิธีการแบ่งส่วนแบ่งตลาดของขมมเรือไทย-ญี่ปุ่นโดยการกำหนดราคาเดียวกัน และแยกกันดำเนินนโยบาย จะพบในกลุ่มตลาดสินค้ามูลค่าสูงหรือกลุ่มบริษัทที่รับขนส่งสินค้าคอนเทนเนอร์เท่านั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเลขานุการขมมเรือไทย-ญี่ปุ่น พบว่า ขั้นตอนการกำหนดอัตราค่าระวางในตลาดสินค้ามูลค่าสูงภายในขมม จะไม่ให้ความสำคัญกับต้นทุนการดำเนินงานของสมาชิกแต่ละรายเป็นลำดับแรก แต่จะพิจารณาจากปัจจัย 2 ประการหลักๆ ด้วยกัน คือ

1. **สภาพและสถานการณ์ของตลาดในปัจจุบัน** จะพิจารณาจากสถานการณ์เศรษฐกิจอุปสงค์และอุปทานของตลาดรับขนส่งสินค้าขาออกเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นในขณะนั้น ปัจจุบันตลาดสินค้ามูลค่าสูงประสบกับปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งบางครั้งต้องมีการนำเข้าตู้

\* Transshipment Feeder คือ การให้บริการในลักษณะเรือลำเดียว เพื่อนำสินค้าไปถ่ายลงเรือลำแม่ อีกครั้งหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจาก เรือแม่ไม่สามารถเข้ามาเทียบท่าเรือภายในประเทศได้

คอนเทนเนอร์เปล่าจากต่างประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนการขนส่งเพิ่มมากขึ้น และเกิดความไม่สมดุลระหว่างปริมาณตู้สินค้าเข้าและออกจากประเทศ จึงพบว่าในบางครั้งผู้ประกอบการเลือกที่จะไม่นำเข้าตู้เปล่า ทั้งนี้เนื่องจากไม่คุ้มกับการลงทุน จึงก่อให้เกิดปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ภายในประเทศ จากการสำรวจของการท่าเรือแห่งประเทศไทยเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2541 พบว่า ประเทศไทยขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ 30,000 ตู้<sup>2</sup> โดยประมาณ ฉะนั้น ในปัจจุบันตลาดสินค้ามูลค่าสูงจึงตกเป็นของกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลที่มีอำนาจต่อรองมากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการ

2. พฤติกรรมของคู่แข่งในตลาด บริษัทเดินเรือนอกขมรมที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าสูงมีจำนวนมากกว่า 30 บริษัท ซึ่งให้บริการในลักษณะของเรือจร (Tramp Service) โดยส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีสาขาอยู่ทั่วโลก ไม่ให้ความสำคัญกับการเดินเรือในเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นมากนัก ดังนั้น การพิจารณาอัตราค่าระวางของทางขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น จะคำนึงถึงอัตราค่าระวางของคู่แข่งแล้วนำมาปรับให้เข้ากับอัตราค่าระวางของทางขมรมอีกครั้งหนึ่ง

ขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นจะพิจารณา 2 ปัจจัยข้างต้น แล้วนำมาปรับให้เข้ากับต้นทุนการประกอบการของสมาชิกแต่ละราย อย่างไรก็ตาม หลายครั้งที่พบว่าเกิดพฤติกรรมการแอบตัดราคาของสมาชิกภายในขมรม โดยเฉพาะในปีพ.ศ.2540 ที่มีระดับความรุนแรงค่อนข้างสูง ทางขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการประกาศอัตราค่าระวางคงที่ไว้ ณ ระดับหนึ่ง เป็นระดับอัตราค่าระวางที่สมาชิกแต่ละรายสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ซึ่งพฤติกรรมการแอบตัดราคานี้โดยส่วนมากจะพบในกลุ่มของลูกค้ารายใหญ่ๆ เท่านั้น และจากการเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย เมื่อมีการตัดราคากันเกิดขึ้น กลุ่มผู้ประกอบการรายอื่นๆ จะสามารถสังเกตเห็นได้ทันที

สำหรับกลุ่มสินค้ามูลค่าต่ำ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบริษัทเรือไทย ถึงแม้ว่าทางขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นจะไม่มีบทบาทกำหนดอัตราค่าระวางให้กับกลุ่มดังกล่าว (Open-Rate Cargo) โดยปล่อยให้ไปเป็นไปตามกลไกของตลาดตามอุปสงค์และอุปทานขณะนั้นๆ ประกอบกับคู่แข่งใน

<sup>2</sup> สัมภาษณ์ วัจนาศ ศรีสิงห์โสม, ผู้อำนวยการกองส่งเสริมกิจการเรือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี.



ตลาดที่อยู่นอกขมรมมีจำนวนไม่มากนัก จึงทำให้อัตราค่าระวางของกลุ่มสินค้ามูลค่าต่ำไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่จะพบว่ามีการแข่งขันกันในด้านที่ไม่ใช่ราคาแทน อาทิ การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า และการเสนอเงื่อนไขพิเศษอื่นๆ เพิ่มเติม เป็นต้น

นอกจากนี้ จากการศึกษายังพบว่า การรวมตัวเป็นขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นจะเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มของสินค้าคอนเทนเนอร์หรือกลุ่มสินค้ามูลค่าสูง มากกว่ากลุ่มสินค้าเทกองและสินค้าบรรจุหีบห่อหรือกลุ่มสินค้ามูลค่าต่ำ ซึ่งจากผลการตอบแบบสอบถาม สมาชิกแต่ละรายต่างก็ยอมรับในสวนนี้ การกำหนดอัตราค่าระวางให้กับกลุ่มสินค้ามูลค่าสูงของขมรมนั้น แม้ว่ารูปแบบที่ใช้ในการตกลงอัตราค่าระวางจะเป็นไปในลักษณะของการประชุมตกลงกันในแต่ละเดือนด้วยรูปแบบการประชุมที่เป็นกันเอง โดยจะพิจารณาสภาพตลาดสินค้ามูลค่าสูง และสถานการณ์ในปัจจุบันประกอบกัน แล้วจึงนำมาปรับกับระดับอัตราค่าระวางของขมรมให้มีความเหมาะสมแต่ในทางปฏิบัติ พบว่า ภายในขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นจะมีกลุ่มผู้ประกอบการเพียง 2 ราย คือ บริษัท Kawasaki Kisen Kaisha ,Ltd. (K'Line) และ บริษัท Nippon Yusen Kaisha ,Ltd. (NYK) ที่มีอำนาจในการเจรจาต่อรองภายในขมรมค่อนข้างสูง ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีปริมาณและมูลค่าในการขนส่งตลอดระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2536-2541) มากที่สุดในขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น

สำหรับกลุ่มของสินค้ามูลค่าต่ำ ถึงแม้ว่าขมรมไทย-ญี่ปุ่นจะไม่ได้มีบทบาทในการกำหนดอัตราค่าระวางให้ แต่กลุ่มบริษัทเรือไทยก็ยังคงเข้าร่วมเป็นสมาชิกของขมรมไทย-ญี่ปุ่นต่อไป ทั้งนี้เนื่องจากการหวังผลประโยชน์ทางด้านข้อมูลข่าวสารและความช่วยเหลือจากสมาชิกรายอื่นๆ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น จากการรวบรวมผลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเล สามารถสรุปสาเหตุที่ผู้ประกอบการแต่ละรายเข้าร่วมเป็นสมาชิกของขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น เนื่องจากเหตุผล 5 ประการหลักๆ ด้วยกัน คือ

1. เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด รวมทั้งสถิติปริมาณการขนส่ง โดยมีเลขานุการขมรมทำหน้าที่รวบรวมและนำเสนอต่อสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์แนวโน้มตลาด (Market Trend) ร่วมกัน เพื่อศึกษาถึงสภาพตลาดที่แท้จริงร่วมกัน
2. เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกในด้านการปรึกษาหารือทางธุรกิจ และการขอความช่วยเหลือในกรณีที่เกิดปัญหาขึ้น

3. เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นต่อองค์กรของภาครัฐและเอกชน
4. เพื่อร่วมกันกำหนดอัตราค่าระวางให้เป็นอัตราเดียวกัน สำหรับตลาดสินค้าบรรจุคอนเทนเนอร์ ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงการตัดราคากันเองระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม
5. เพื่อยกระดับฐานะและภาพพจน์ของบริษัทสำหรับกลุ่มบริษัทเรือไทย ให้มีฐานะเทียบเท่าบริษัทเรือต่างชาติ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

ในส่วนต่อไป จะเป็นการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น โดยใช้ดัชนี Gini และดัชนี Shorrocks Order Two เป็นเครื่องมือในการหาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ในช่วงระยะเวลาปีพ.ศ.2531-2541 เพื่อศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ และจะได้วิเคราะห์ถึงผลของความไม่เท่าเทียมของรายได้โดยรวม และความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ในประชากรกลุ่มต่างๆ โดยมีสมมติฐานว่าความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อจะนำไปสู่การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทยในส่วนต่อไป

#### 4.1.2 ผลการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น

ในส่วนนี้ จะเป็นการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น ตลอดช่วงระยะเวลาปีพ.ศ.2531-2541 ทั้งนี้ เพื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ และสาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สำหรับข้อมูลรายได้ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ รายได้จากค่าระวางของผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลที่เป็นสมาชิกชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น ดังนั้น การศึกษาในส่วนนี้จะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวม และ ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้จากประชากรกลุ่มต่างๆ

ในส่วนแรก จะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงรายได้เฉลี่ยของประชากร โดยพิจารณาจากส่วนแบ่งรายได้ของประชากรตามลำดับรายได้ และ ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมเมื่อวัดด้วยดัชนี Gini และดัชนี Shorrocks Order Two เพื่อศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ในช่วงเวลาปีพ.ศ.2531-2541 ดังต่อไปนี้

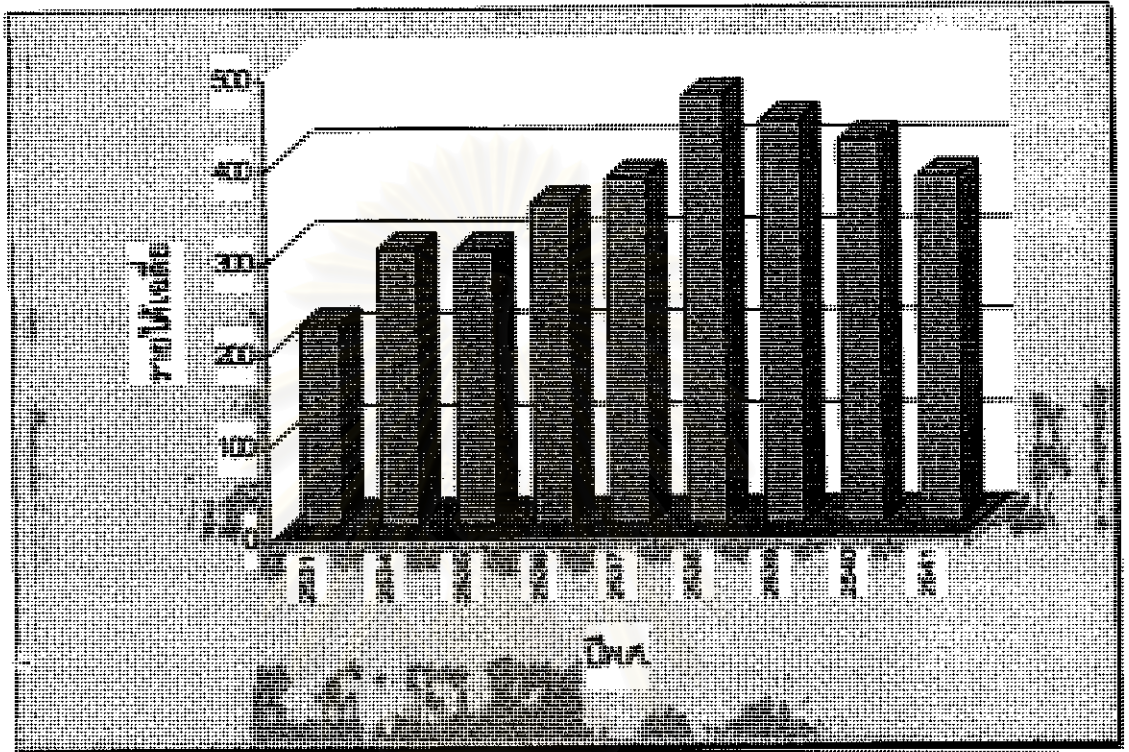
#### 4.1.2.1 ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น

รายได้เฉลี่ยของสมาชิกภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่แตกต่างกันออกไปตลอดช่วงระยะเวลาปีพ.ศ.2531-2541 โดยที่การเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยในช่วงระยะเวลาปีพ.ศ.2531-2538 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด (ภาพที่ 4.2 ) จาก 217,858,843 บาทในปีพ.ศ.2531 มาเป็น 298,274,220 บาทในปีพ.ศ.2535 และ 464,648,532 บาทในปีพ.ศ.2538 อัตราการเพิ่มร้อยละ 36.91 และ 55.78 ตามลำดับ แต่หลังจากนั้น เป็นต้นมาจนถึงปีพ.ศ.2541 ค่ารายได้เฉลี่ยภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นกลับมีแนวโน้มลดต่ำลง โดยตลอดจาก 464,648,532 บาทในปีพ.ศ.2538 เป็น 375,463,463 บาทในปีพ.ศ.2541 อัตราการลดลงของรายได้เฉลี่ยร้อยละ 19.19 โดยมีรายได้เฉลี่ยสูงสุดในปีพ.ศ.2538 สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่รายได้โดยเฉลี่ยตลอดระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการรับขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการบางรายในเส้นทางขาออกไทย-ญี่ปุ่น คือ จากเดิมที่จะรับขนส่งสินค้าออกจากท่าเรือในประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น จะเปลี่ยนมาเป็นการเดินเรือเปล่าจากประเทศไทยเพื่อไปรับสินค้ายังประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ มาเลเซีย และ อินโดนีเซีย เป็นต้น เพื่อไปยังประเทศญี่ปุ่นเช่นเดียวกัน ปริมาณการขนส่งในส่วนดังกล่าวจะไม่ได้ถูกบันทึกไว้ในรายงานการขนส่งสินค้าของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น จึงทำให้รายงานปริมาณการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการลดต่ำกว่าความเป็นจริง ส่งผลให้มูลค่าโดยรวมของการขนส่งในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นลดต่ำลงด้วย นั่นคือ จะส่งผลทำให้ค่ารายได้เฉลี่ยลดต่ำลงเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การพิจารณาค่ารายได้โดยเฉลี่ยเพียงอย่างเดียว นั้น ไม่สามารถบอกได้ถึงแนวโน้มความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ได้อย่างแท้จริง เราจึงต้องใช้ดัชนีอื่นๆ มาช่วยในการอธิบายความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ที่เกิดขึ้น ซึ่งได้แก่ดัชนี Gini และดัชนี Shorrocks Order Two

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 4.2 การเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยของประชากรในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น

หน่วย : ล้านบาท

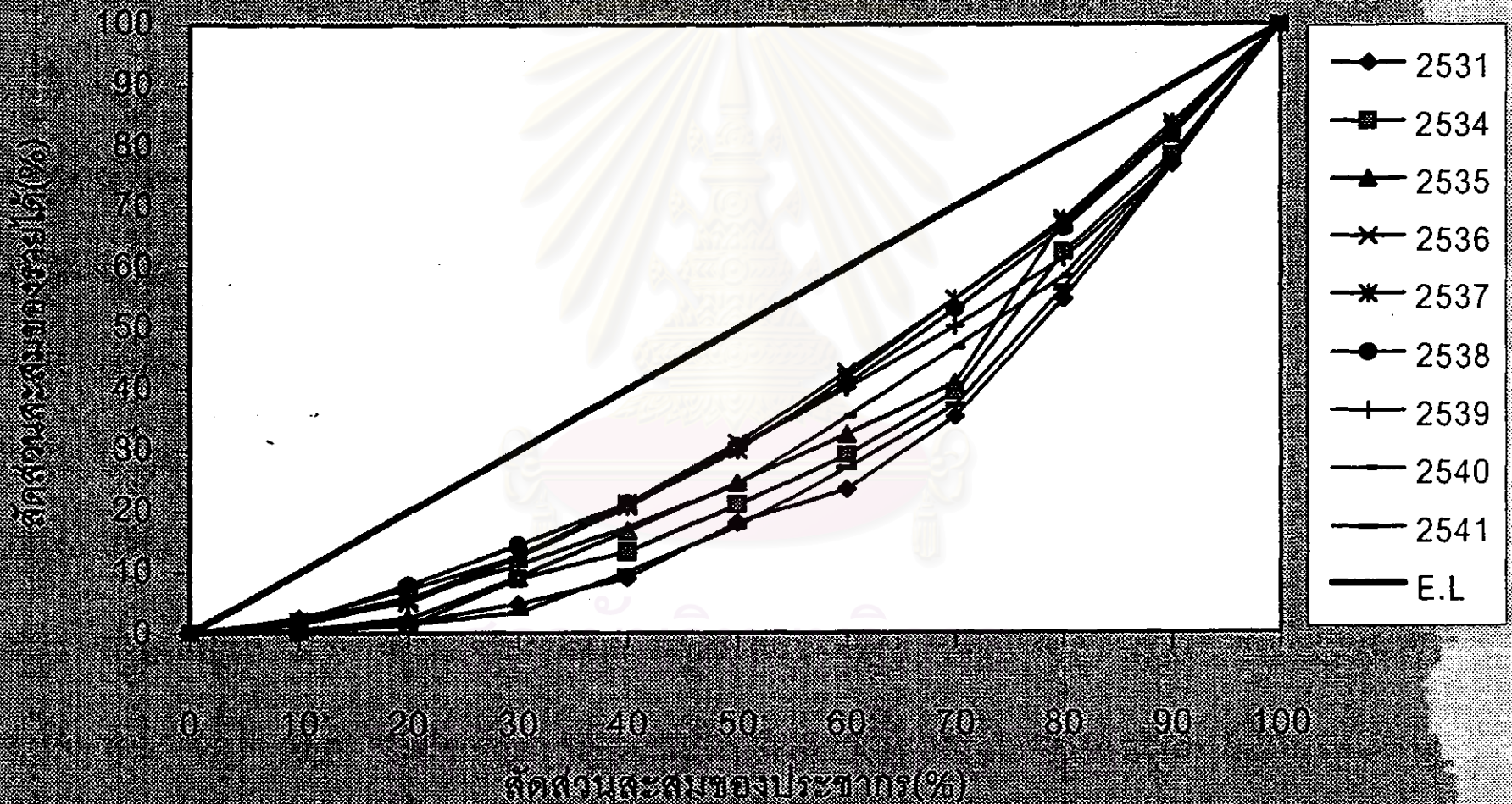


หมายเหตุ : ปีพ.ศ.2532-2533 ไม่มีข้อมูล

แหล่งข้อมูล : จำนวนจากข้อมูลปริมาณการขนส่งจากชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ อัตราค่าระวางเฉลี่ยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์

ถึงแม้ว่า การศึกษาค่าความไม่เท่าเทียมกันของรายได้สามารถทำได้หลายๆ วิธีด้วยกัน แต่ในการศึกษาส่วนนี้จะใช้ดัชนี Gini และดัชนี Shorrocks Order Two เนื่องจากดัชนีทั้งสองมีคุณสมบัติที่เหมาะสมหลายประการ อย่างไรก็ตาม วิธีการหาค่าความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ด้วยดัชนี Gini จะมีพื้นฐานมาจากแนวคิดของเส้น Lorenz Curve ซึ่งเป็นการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันตามชั้นของรายได้ โดยการเปรียบเทียบข้อมูลสัดส่วนรายได้ของประชากรตามชั้นของรายได้ปีต่างๆ กัน โดยเส้น Lorenz Curve ที่อยู่ใกล้กับเส้นทแยงมุมจะแสดงให้เห็นถึงการกระจายรายได้ที่มีความเท่าเทียมกันมากกว่า แต่ถ้าเส้น Lorenz Curve ตัดกัน จะไม่สามารถบอกได้ว่าการกระจายรายได้เป็นไปในลักษณะใด ฉะนั้น การใช้ดัชนีวัดความไม่เท่าเทียมกันจึงมีความเหมาะสมมากกว่า จากข้อมูลในตารางที่ 4.2 สามารถนำมาสร้างเส้น Lorenz Curve ได้ดังภาพที่ 4.3 พบว่า เส้น Lorenz Curve ทั้ง 9 ปี ไม่สามารถบอกได้อย่างชัดเจนว่าปีใดมีการกระจายรายได้ที่ตึกว่ากัน ทั้งนี้เนื่องจากเกิดการตัดกันของเส้น Lorenz Curve ในแต่ละปี

ภาพที่ 4.3 เส้น Lorenz Curve ของกลุ่มรายได้ภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น



ตารางที่ 4.2 ส่วนแบ่งรายได้ของสมาชิกภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น ปีพ.ศ.2531-2541

หน่วย : ไร่ละ

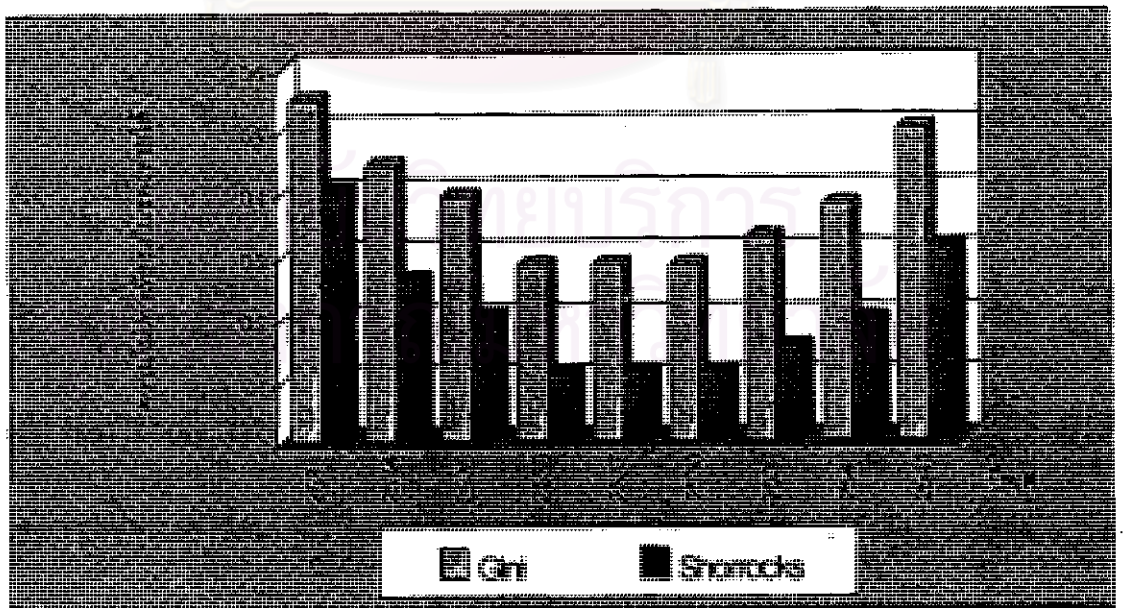
กลุ่มประชากรเรียงตามลำดับรายได้	2531	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
20% ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุด	1.78	1.40	2.41	5.69	5.09	8.01	7.37	5.84	1.55
20% ของกลุ่มที่มีรายได้อันดับสอง	7.33	12.10	14.40	15.64	15.82	13.43	13.47	11.62	8.57
20% ของกลุ่มที่มีรายได้อันดับสาม	14.48	15.57	15.74	21.45	20.95	19.29	19.22	17.95	16.88
20% ของกลุ่มที่มีรายได้อันดับสี่	31.18	33.42	35.23	24.49	26.14	25.70	21.44	22.99	29.59
20% ของกลุ่มที่มีรายได้สูงสุด	45.23	37.51	32.22	32.73	32.00	33.57	38.50	41.60	43.41
10% ของกลุ่มที่มีรายได้สูงสุด	22.97	21.44	18.14	17.16	16.18	17.70	22.70	21.96	22.53

หมายเหตุ : ปีพ.ศ.2532-2533 ไม่มีข้อมูล

แหล่งข้อมูล : คำานวนจากรายงานปริมาณการขนส่งสินค้าออกของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น

จากตารางที่ 4.2 แสดงกลุ่มประชากรเรียงตามลำดับรายได้ปีพ.ศ.2531-2541 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงสุดร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 20 ของรายได้ทั้งหมดโดยประมาณ โดยเฉพาะปีพ.ศ.2539-2541 ประชากรกลุ่มดังกล่าวมีสัดส่วนของรายได้สูงกว่าร้อยละ 20 และเมื่อพิจารณากลุ่มประชากรที่มีรายได้สูงสุดร้อยละ 20 พบว่า ตลอดระยะเวลาปีพ.ศ.2537-2541 สัดส่วนของรายได้ในกลุ่มประชากรดังกล่าวมีอัตราเพิ่มขึ้นโดยตลอดจากร้อยละ 32.00 ในปีพ.ศ.2537 เป็นร้อยละ 43.41 ในปีพ.ศ.2541 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.66 โดยประมาณ สอดคล้องกับผลของความไม่เท่าเทียมกันของรายได้เมื่อวัดด้วยดัชนี Gini และดัชนี Shorrocks Order Two ที่พบว่าความไม่เท่าเทียมกันของรายได้มีค่าสูงที่สุดในปีพ.ศ.2531 รองลงมาได้แก่ปีพ.ศ.2541 (ภาพที่ 4.4) โดยในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา (ปีพ.ศ.2538-2541) ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอดจาก 0.2826 ในปีพ.ศ.2538 เป็น 0.3253 ในปีพ.ศ.2539 เป็น 0.3788 ในปีพ.ศ.2540 และ 0.4995 ในปีพ.ศ.2541 เมื่อวัดด้วยดัชนี Gini (ภาพที่ 4.5) และเมื่อพิจารณาด้วยดัชนี Shorrocks Order Two จะได้ค่าเท่ากับ 0.1057 ในปีพ.ศ.2538 เป็น 0.1528 ในปีพ.ศ.2539 เป็น 0.1934 ในปีพ.ศ.2540 และ 0.3086 ในปีพ.ศ.2541 (ภาพที่ 4.6)

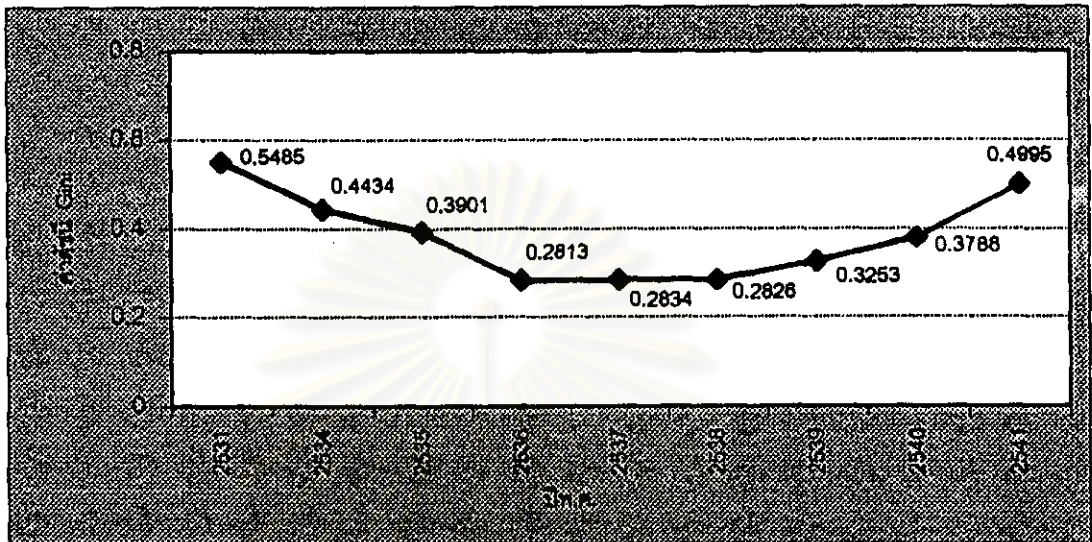
ภาพที่ 4.4 การเปลี่ยนแปลงของความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวม ปีพ.ศ.2531-2541



หมายเหตุ : ปีพ.ศ.2532-2533 ไม่มีข้อมูล

แหล่งข้อมูล : คำนวณจากข้อมูลปริมาณการขนส่งจากกรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ อัตราค่าระวางเฉลี่ยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์

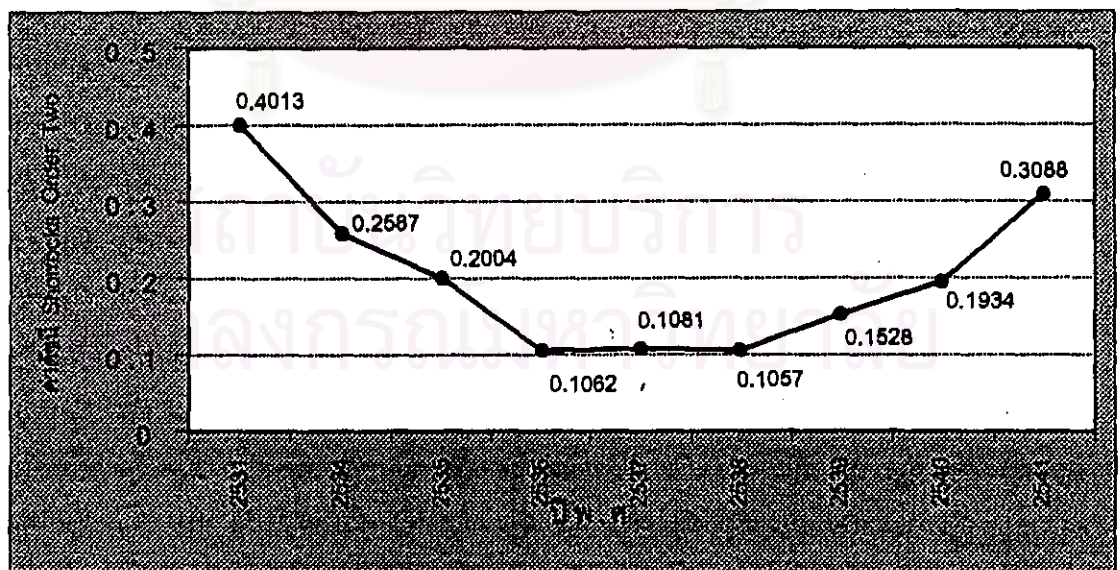
ภาพที่ 4.5 ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมเมื่อวัดด้วยดัชนี Gini ปีพ.ศ.2531-2541



หมายเหตุ : ปีพ.ศ.2532-2533 ไม่มีข้อมูล

แหล่งข้อมูล : จำนวนจากข้อมูลปริมาณการขนส่งจากมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ อัตราค่าระวางเฉลี่ยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์

ภาพที่ 4.6 ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมเมื่อวัดด้วยดัชนี Shorrocks Order Two ปีพ.ศ.2531-2541



หมายเหตุ : ปีพ.ศ.2532-2533 ไม่มีข้อมูล

แหล่งข้อมูล : จำนวนจากข้อมูลปริมาณการขนส่งจากมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ อัตราค่าระวางเฉลี่ยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์



จากผลการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตลอดช่วงระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2538-2541) สามารถอธิบายได้ว่า ก่อนปีพ.ศ.2538 ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ส่งผลให้มูลค่าการค้าโดยรวมของไทยอยู่ในระดับสูง ทั้งในส่วนของมูลค่าการนำเข้าและการส่งออก นั้นหมายถึง ธุรกิจรับขนส่งสินค้าทางทะเลมีการเติบโตในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น กลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลต่างได้รับผลประโยชน์จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายเล็ก ทำให้รายได้โดยรวมของแต่ละบริษัทที่เป็นสมาชิกภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นไม่มีความแตกต่างกันมากนัก สอดคล้องกับผลการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมที่มีแนวโน้มลดลงตลอดช่วงระยะเวลาปีพ.ศ.2531-2538

หลังจากปีพ.ศ.2538 เป็นต้นมา ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจ ทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดต่ำลง รัฐบาลแก้ปัญหาโดยการประกาศลดค่าเงินบาท อย่างไรก็ตาม การแก้ปัญหาดังกล่าวไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร การส่งออกของไทยได้รับผลกระทบโดยตรงจากวิกฤติการณ์ดังกล่าว นั้นหมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลได้รับผลกระทบอย่างหนัก โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายเล็กที่มีปริมาณและมูลค่าการขนส่งที่ลดต่ำลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ซึ่งเป็นบริษัทต่างชาติเกือบทั้งหมดยังคงสามารถรักษาระดับปริมาณและมูลค่าการขนส่งของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีความเข้มแข็งทั้งในด้านของเงินทุนและระบบการทำงานมากกว่า ทำให้รายได้ของสมาชิกภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นมีความแตกต่างกันเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ที่วัดด้วยดัชนี Gini และดัชนี Shorrocks Order Two ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตลอดช่วงระยะเวลาปีพ.ศ.2538-2541

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4.1.2.2 สาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น

เราสามารถแยกสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ ออกได้เป็น 2 ประการด้วยกัน คือ

- ความไม่เท่าเทียมกันที่เกิดจากแหล่งที่มาของรายได้แตกต่างกัน
- ความไม่เท่าเทียมกันที่เกิดจากปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่าง

เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลรายได้จากคำระวางของผู้ประกอบการแต่ละรายที่ให้บริการรับขนส่งสินค้าในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น ซึ่งเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น ฉะนั้น การศึกษาในส่วนนี้จึงจะใช้การวิเคราะห์แบบทางเดียว (One-way Analysis) เนื่องจากเป็นการแยกส่วนประกอบของความไม่เท่าเทียมกันเพียงแหล่งเดียว โดยไม่สนใจแหล่งของความไม่เท่าเทียมกันอื่นๆ ในเวลาเดียวกัน การศึกษาในส่วนนี้จึงจะศึกษาเพื่อหาสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ตามปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบแยกส่วน (Decomposition Analysis) ใช้แนวคิดจากการแบ่งความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวม หรือความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ตามขนาดออกเป็น 2 ส่วน คือ ความไม่เท่าเทียมกันภายในกลุ่ม (Within-group Inequality) และ ความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่ม (Between-group Inequality) โดยทั่วไป ถ้าแหล่งความไม่เท่าเทียมใดมีการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อยๆ จำนวนมาก ก็จะส่งผลให้ค่าความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มมีค่ามากตามไปด้วย

การศึกษาคั้งนี้ จะแบ่งกลุ่มประชากรตามแหล่งความไม่เท่าเทียมกัน ออกเป็น 2 แหล่งด้วยกัน คือ

- แบ่งกลุ่มประชากรตามลักษณะสินค้าที่รับขน แยกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่รับขนสินค้ามูลค่าสูง กลุ่มที่รับขนสินค้ามูลค่าต่ำ และ กลุ่มที่รับขนสินค้าทั้งสองประเภท\*

\* หลังจากปีพ.ศ.2538 เป็นต้นมา จากสถิติปริมาณการขนส่งสินค้าออกของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น จะไม่มีกลุ่มบริษัทเดินเรือที่รับขนสินค้าทั้งสองประเภทในเวลาเดียวกัน แต่จะแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่รับขนสินค้ามูลค่าสูง และ กลุ่มที่รับขนสินค้ามูลค่าต่ำ

- แบ่งกลุ่มประชากรตามสัญชาติเรือ แยกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสัญชาติเรือไทย และกลุ่มสัญชาติเรือต่างชาติ

การอธิบายผลการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ จะแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงที่หนึ่ง ได้แก่ ปีพ.ศ.2531-2535 ช่วงที่สอง ได้แก่ ปีพ.ศ.2535-2538 ช่วงที่สาม ได้แก่ ปีพ.ศ.2538-2541 ซึ่งจำแนกกลุ่มประชากรออกเป็นกลุ่มๆ ดังต่อไปนี้

### 1.) ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ จำแนกตามลักษณะสินค้าที่รับชน

การแบ่งกลุ่มตามลักษณะสินค้าที่รับชน ผลการศึกษาที่ได้แสดงในตารางที่ 4.3 พบว่าความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ระหว่างกลุ่มสินค้าแต่ละประเภทมีแนวโน้มลดลงในช่วงที่หนึ่งและช่วงที่สอง จาก 0.1348 ในปีพ.ศ.2531 เป็น 0.0326 ในปีพ.ศ.2535 และ 0.0007 ในปีพ.ศ.2538 แต่ในช่วงที่สาม ความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มสินค้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจาก 0.0007 ในปีพ.ศ.2538 มาเป็น 0.0575 ในปีพ.ศ.2541 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าสัดส่วนความไม่เท่าเทียมระหว่างกลุ่มสินค้าแต่ละประเภทต่อความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวม (ภาพที่ 4.7) จะให้ผลในทิศทางเดียวกัน คือ แนวโน้มลดลงในช่วงที่หนึ่งและสอง คือ 33.61 ในปีพ.ศ.2531 เป็น 16.27 ในปีพ.ศ.2535 และ 0.63 ในปีพ.ศ.2538 นั่นคือ ในช่วงเวลาดังกล่าวความไม่เท่าเทียมกันภายในกลุ่มสามารถที่จะอธิบายหรือเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมมากยิ่งขึ้น

สำหรับช่วงที่สาม สัดส่วนความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มสินค้าแต่ละประเภทต่อความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจาก 0.63 ในปีพ.ศ.2538 มาเป็น 18.64 ในปีพ.ศ.2541 แสดงว่าระยะเวลาดังกล่าวความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มสามารถอธิบายความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมได้มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลาปีพ.ศ.2531-2541 พบว่า ความไม่เท่าเทียมกันภายในกลุ่มสินค้าสามารถที่จะอธิบายความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมได้มากกว่าความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มสินค้า

ตารางที่ 4.3 ความไม่เท่าเทียมกันภายในกลุ่ม (WIT) และระหว่างกลุ่ม (BET)

กลุ่มประชากร	2531		2534		2535		2536		2537	
	WIT	BET	WIT	BET	WIT	BET	WIT	BET	WIT	BET
<b>ลักษณะสินค้า</b>	0.2664	0.1348	0.0925	0.1662	0.1678	0.0326	0.1008	0.0054	0.0977	0.0104
	(66.39)	(33.61)	(35.76)	(64.24)	(83.73)	(16.27)	(94.93)	(5.07)	(90.38)	(9.62)
<b>สัญชาติเรือ</b>	0.3088	0.0924	0.2118	0.0470	0.1954	0.0050	0.1060	0.0001	0.1038	0.0044
	(76.97)	(23.03)	(81.85)	(18.15)	(97.52)	(2.48)	(99.89)	(0.11)	(95.95)	(4.05)

กลุ่มประชากร	2538		2539		2540		2541	
	WIT	BET	WIT	BET	WIT	BET	WIT	BET
<b>ลักษณะสินค้า</b>	0.1050	0.0007	0.1194	0.0334	0.1437	0.0497	0.2510	0.0575
	(99.37)	(0.63)	(78.15)	(21.85)	(74.30)	(25.70)	(81.36)	(18.64)
<b>สัญชาติเรือ</b>	0.1037	0.0019	0.1417	0.0111	0.1542	0.0392	0.2785	0.0301
	(98.17)	(1.83)	(92.72)	(7.28)	(79.73)	(20.27)	(90.25)	(9.75)

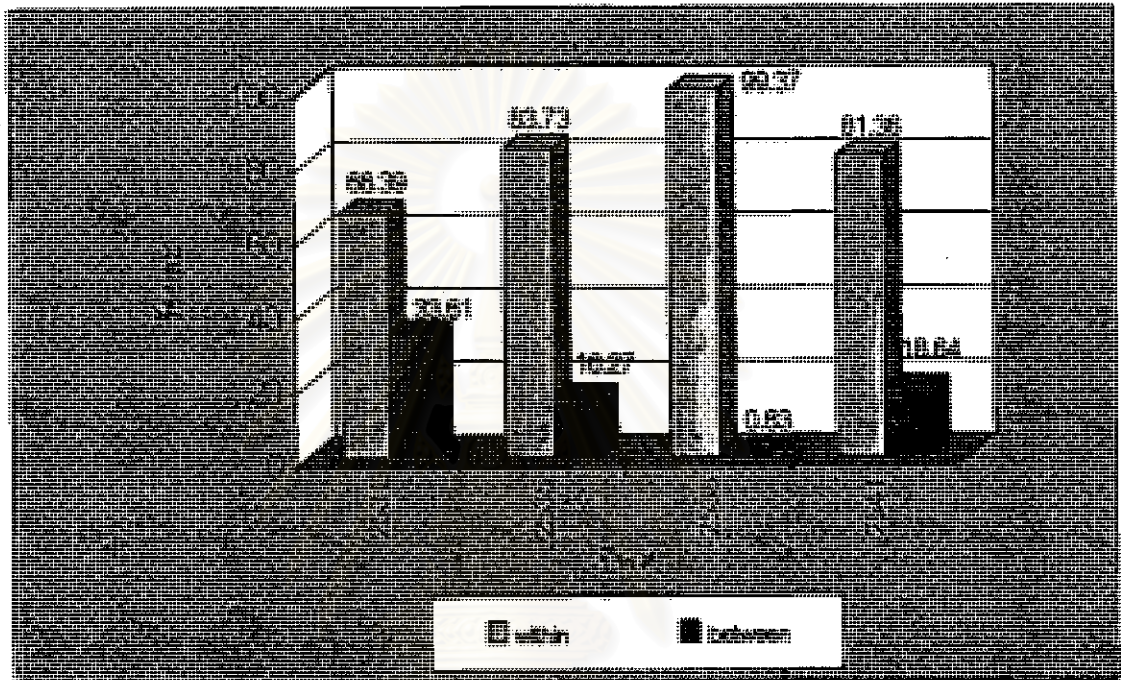
หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ สัดส่วนความไม่เท่าเทียมกันภายในกลุ่ม และ ระหว่างกลุ่มคิดเป็นร้อยละของความไม่เท่าเทียมกันโดยรวม

: ปีพ.ศ.2532-2533 ไม่มีข้อมูล

แหล่งข้อมูล: คำนวณจากข้อมูลปริมาณสินค้าจากขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ อัตราค่าระวางเฉลี่ยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์

ภาพที่ 4.7 สัดส่วนของความไม่เท่าเทียมกันภายในกลุ่ม (Within-group Inequality) และความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่ม (Between-group Inequality) ต่อความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวม จำแนกตามลักษณะสินค้าที่รับชน

หน่วย : ร้อยละ



แหล่งข้อมูล : คำนวณจากข้อมูลปริมาณการขนส่งจากกรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ อัตราค่าระวางเฉลี่ยจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการค้าในพาณิชย์

จากตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.8 ผลการศึกษาค่ารายได้เฉลี่ยของประชากรแต่ละกลุ่ม รายได้เฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสินค้าตลอดช่วงเวลาสาม (ปีพ.ศ.2538-2541) รายได้เฉลี่ยของกลุ่มสินค้ามูลค่าสูงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่กลุ่มสินค้ามูลค่าต่ำมีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกับระดับรายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบของทั้งสองกลุ่มในช่วงเวลาเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาดังกล่าว ผลต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยของกลุ่มสินค้ามูลค่าต่ำและกลุ่มสินค้ามูลค่าสูงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เช่นเดียวกับค่ารายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบ จากความแตกต่างที่เพิ่มสูงขึ้นนี้ สอดคล้องกับผลของความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมที่เพิ่มสูงขึ้นตลอดระยะเวลาปี พ.ศ.2538-2541 ฉะนั้น จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวม ในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้น

การเพิ่มสูงขึ้นของรายได้โดยเฉลี่ยและรายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาภายในกลุ่มที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าสูง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล นั่นคือ มีแนวโน้มการใช้ตู้คอนเทนเนอร์เพิ่มสูงขึ้น สินค้าบางชนิดที่เคยขนส่งในระบบเทกอง (Bulk) หรือ ระบบบรรจุหีบห่อ (Breakbulk) ก็เปลี่ยนมาใช้ระบบคอนเทนเนอร์ (Container) แทน อาทิ ข้าว น้ำตาล เป็นต้น ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าสูงได้รับผลประโยชน์จากส่วนนี้โดยตรง และกลุ่มที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าต่ำต้องเสียผลประโยชน์ไป

สัดส่วนประชากรโดยเปรียบเทียบของแต่ละกลุ่มสินค้าที่รับขนส่ง\* ตลอดช่วงเวลาที่สาม (ปีพ.ศ.2538-2541) พบว่า ไม่มีเปลี่ยนแปลงโดยมีค่าเท่ากับ คือ ร้อยละ 50 นอกจากนี้ความไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มสินค้ามูลค่าสูงและกลุ่มสินค้ามูลค่าต่ำ พบว่า กลุ่มสินค้ามูลค่าต่ำมีความไม่เท่าเทียมกันเพิ่มสูงขึ้นจาก 0.0494 ในปีพ.ศ.2538 เป็น 0.6101 ในปีพ.ศ.2541 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1135.02 ในขณะที่ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ในกลุ่มสินค้ามูลค่าสูงมีแนวโน้มลดลงเพียงร้อยละ 14.01 จาก 0.1528 ในปีพ.ศ.2538 เป็น 0.1314 ในปีพ.ศ.2541 ซึ่งความไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มสินค้ามูลค่าต่ำที่เพิ่มสูงขึ้นนี้ อาจจะเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ค่าความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมช่วงปีพ.ศ.2538-2541 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของความไม่เท่าเทียมกันภายในกลุ่มสินค้ามูลค่าต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงระยะเวลาดังกล่าว บริษัทเดินเรือที่รับขนส่งสินค้ามูลค่าต่ำภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นบางบริษัทมีปริมาณและมูลค่าในการขนส่งที่ลดลงอย่างชัดเจน ในขณะที่ในกลุ่มสินค้ามูลค่าสูงยังสามารถรักษาระดับปริมาณและมูลค่าไว้ได้ในระดับคงที่

\* การคำนวณสัดส่วนประชากรโดยเปรียบเทียบ ในที่นี้จะไม่รวม บริษัท ไทยเดินเรือทะเล จำกัด เนื่องจากไม่ได้รับขนส่งสินค้าในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น แต่จะให้บริการรับขนส่งสินค้าในเส้นทางเดินเรือขาเข้าญี่ปุ่น-ไทย เท่านั้น

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์แบบแยกส่วน จำแนกประชากรตามลักษณะสินค้าที่รับชน ปีพ.ศ.2531-2541

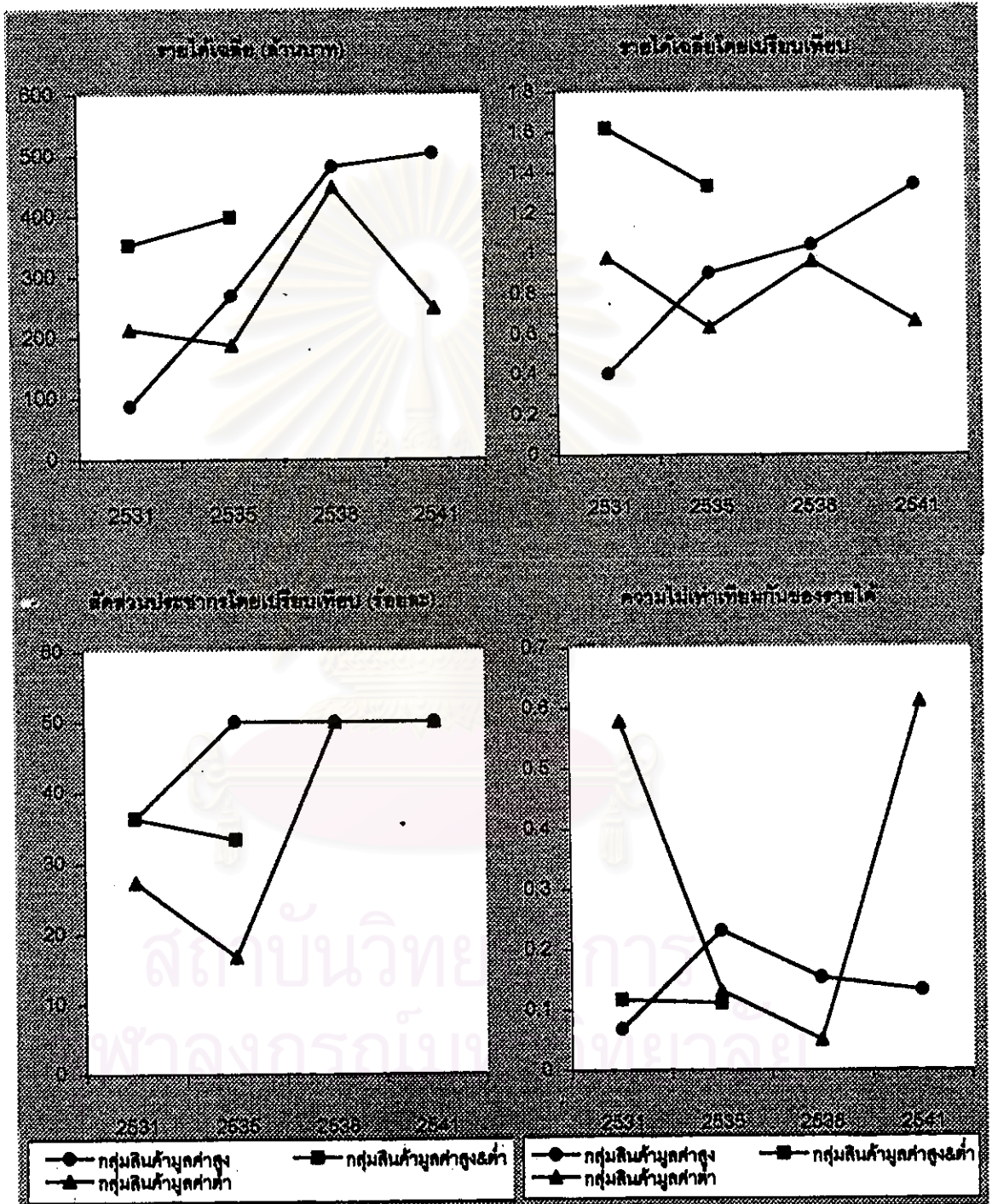
ปีพ.ศ.	2531	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
<b>รายได้เฉลี่ย</b>									
สินค้ามูลค่าสูง	86,674,656	198,213,676	268,713,796	367,586,234	335,739,418	481,550,689	550,648,295	546,312,205	502,811,587
สินค้ามูลค่าสูง&สินค้ามูลค่าต่ำ	351,944,663	598,501,171	398,043,538	365,605,754	397,432,068	*	*	*	*
สินค้ามูลค่าต่ำ	213,989,999	205,341,270	187,416,856	276,371,810	472,640,528	447,746,374	324,510,780	284,414,903	248,115,340
<b>รายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบ</b>									
สินค้ามูลค่าสูง	0.40	0.66	0.90	1.05	0.89	1.04	1.26	1.32	1.34
สินค้ามูลค่าสูง&สินค้ามูลค่าต่ำ	1.62	2.00	1.33	1.05	1.06	*	*	*	*
สินค้ามูลค่าต่ำ	0.98	0.69	0.63	0.79	1.26	0.96	0.74	0.68	0.66
<b>สัดส่วนของประชากรโดยเปรียบเทียบ</b>									
สินค้ามูลค่าสูง	36.36	58.33	50.00	50.00	60.00	50.00	50.00	50.00	50.00
สินค้ามูลค่าสูง&สินค้ามูลค่าต่ำ	36.36	25.00	33.33	30.00	20.00	*	*	*	*
สินค้ามูลค่าต่ำ	27.27	16.67	16.67	20.00	20.00	50.00	50.00	50.00	50.00
<b>ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้</b>									
สินค้ามูลค่าสูง	0.0677	0.1692	0.2310	0.1401	0.1916	0.1528	0.1211	0.1215	0.1314
สินค้ามูลค่าสูง&สินค้ามูลค่าต่ำ	0.1164	0.0245	0.1103	0.0284	0.0241	*	*	*	*
สินค้ามูลค่าต่ำ	0.5778	0.3164	0.1309	0.1082	0.0013	0.0494	0.0857	0.1644	0.6101

หมายเหตุ : ปีพ.ศ.2532-2533 ไม่มีข้อมูล

\* หมายถึง ไม่มีข้อมูล

แหล่งข้อมูล : จำนวนจากข้อมูลปริมาณสินค้าจากกรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ อัตราค่าระวางเฉลี่ยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการค้าในอาเซียน

ภาพที่ 4.8 รายได้เฉลี่ย รายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบ สัดส่วนประชากรโดยเปรียบเทียบ และความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ จำแนกกลุ่มประชากรตามลักษณะสินค้าที่รับชน



หมายเหตุ: หลังจากปีพ.ศ.2538 เป็นต้นมา จากรายงานปริมาณการขนส่งของกรมเรือไทย-ญี่ปุ่น ไม่มีบันทึกกลุ่มที่รับชนทั้งสินค้ามูลค่าสูงและต่ำ  
แหล่งข้อมูล: กรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์



## 2.) ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ จำแนกตามสัญชาติเรือ

ในส่วนี้ แบ่งกลุ่มประชากรภายในชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นตามสัญชาติของเรือออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสัญชาติเรือไทย และ กลุ่มสัญชาติเรือต่างชาติ โดยการอธิบายผลการศึกษาคงจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วงระยะเวลา เช่นเดียวกับการแบ่งกลุ่มประชากรตามลักษณะของสินค้าที่รับขน คือ ช่วงที่หนึ่ง ปีพ.ศ.2531-2535 ช่วงที่สอง ปีพ.ศ.2535-2538 และ ช่วงที่สามปี พ.ศ.2538-2541 ผลการศึกษาจากตารางที่ 4.3 พบว่า ความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มแต่ละสัญชาติเรือมีแนวโน้มลดลงตลอดช่วงเวลาที่หนึ่งและสอง และเพิ่มสูงขึ้นในช่วงเวลาที่สาม โดยในปีพ.ศ.2531 ความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มสัญชาติเรือมีค่าสูงสุด คือ 0.0924 สำหรับ สัดส่วนความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มสัญชาติเรือต่อความไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มรายได้โดยรวมแสดงในภาพที่ 4.9 ในช่วงเวลาหนึ่งและสองมีแนวโน้มลดลง และเพิ่มสูงขึ้นในช่วงที่สาม นั่นคือ ความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มสามารถอธิบายค่าความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมได้เพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลาที่สาม อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลาปีพ.ศ.2531-2541 ความไม่เท่าเทียมกันภายในกลุ่มสัญชาติเรือสามารถที่จะอธิบายความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมได้มากกว่าความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มสัญชาติเรือ

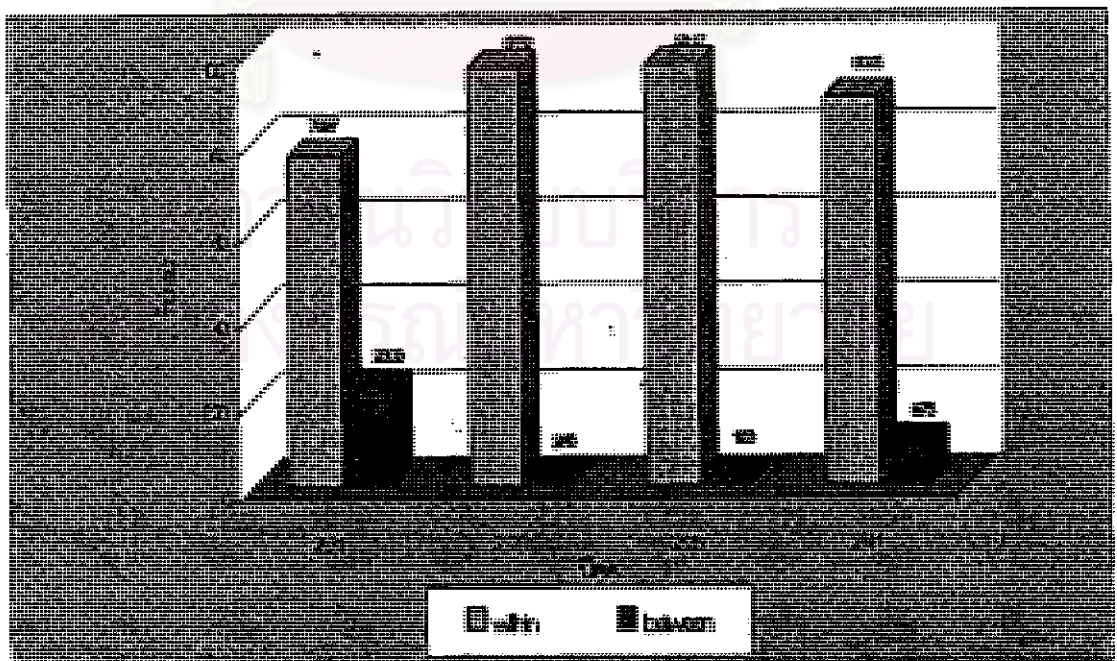
จากตารางที่ 4.5 ภาพที่ 4.10 เมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสัญชาติเรือ ตลอดระยะเวลาในช่วงที่สาม(ปีพ.ศ.2538-2541) รายได้เฉลี่ยทั้งกลุ่มสัญชาติเรือไทยและต่างชาติ มีแนวโน้มลดลง แต่เมื่อพิจารณาค่ารายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบในช่วงเวลาดังกล่าว กลุ่มเรือต่างชาติกลับมีแนวโน้มของรายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่กลุ่มเรือไทยมีแนวโน้มของรายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบลดลง ซึ่งผลต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบระหว่างสองกลุ่มสัญชาติเรือมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เช่นเดียวกับผลต่างของค่ารายได้เฉลี่ยทั้งสองกลุ่ม ในส่วนนี้จึงน่าที่จะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมในช่วงปี พ.ศ.2538-2541 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

นอกจากนี้ในส่วนของสัดส่วนประชากรโดยเปรียบเทียบ และ ความไม่เท่าเทียมกันของแต่ละกลุ่มสัญชาติเรือ พบว่า สัดส่วนประชากรโดยเปรียบเทียบในช่วงเวลาปีพ.ศ.2538-2541 ไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่สำหรับความไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มสัญชาติเรือ ทั้งกลุ่มสัญชาติเรือไทยและกลุ่มสัญชาติเรือต่างชาติมีความไม่เท่าเทียมกันเพิ่มสูงขึ้น โดยกลุ่มเรือต่างชาติมีแนวโน้ม

ความไม่เท่าเทียมกันเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 43.40 จาก 0.1334 ในปีพ.ศ.2538 เป็น 0.1913 ในปีพ.ศ.2541 ในขณะที่กลุ่มเรือไทยมีแนวโน้มความไม่เท่าเทียมกันเพิ่มสูงถึงร้อยละ 1183.78 จาก 0.0450 ในปีพ.ศ.2538 เป็น 0.5777 ในปีพ.ศ.2541 โดยประมาณ นั่นคือ ความไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มสัญชาติเรือไทยที่เพิ่มสูงขึ้นน่าที่จะเป็นสาเหตุสำคัญอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวมในช่วงปีพ.ศ.2538-2541 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก การอธิบายความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ภายในกลุ่มสัญชาติเรือไทยที่เพิ่มสูงขึ้น และลดต่ำลงในกลุ่มสัญชาติเรือต่างชาติในช่วงระยะเวลาปีพ.ศ.2538-2541 สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับการแบ่งกลุ่มประชากรตามลักษณะสินค้าที่รับขน ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มสัญชาติเรือไทยที่เป็นสมาชิกชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นโดยส่วนมากจะเป็นบริษัทเดินเรือที่อยู่ในกลุ่มที่รับขนสินค้ามูลค่าต่ำเป็นส่วนมาก นั่นคือ ในช่วงเวลาดังกล่าว บริษัทเดินเรือไทยบางบริษัทมีปริมาณและมูลค่าการขนส่งลดลงอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ในขณะที่กลุ่มบริษัทเรือต่างชาติยังสามารถรักษาระดับปริมาณและมูลค่าการขนส่งได้ในระดับที่ค่อนข้างคงที่

ภาพที่ 4.9 สัดส่วนความไม่เท่าเทียมกันภายในกลุ่ม (Within-group Inequality) และ ความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่ม (Between-group Inequality) ต่อความไม่เท่าเทียมกันของรายได้โดยรวม จำแนกตามสัญชาติเรือ

หน่วย : ร้อยละ



แหล่งข้อมูล : คำนวณจากข้อมูลปริมาณการขนส่งสินค้าจากชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ อัตราค่าระวางเฉลี่ยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์แบบแยกส่วน จำแนกประชากรตามสัญชาติเรือ ปีพ.ศ.2531-2541

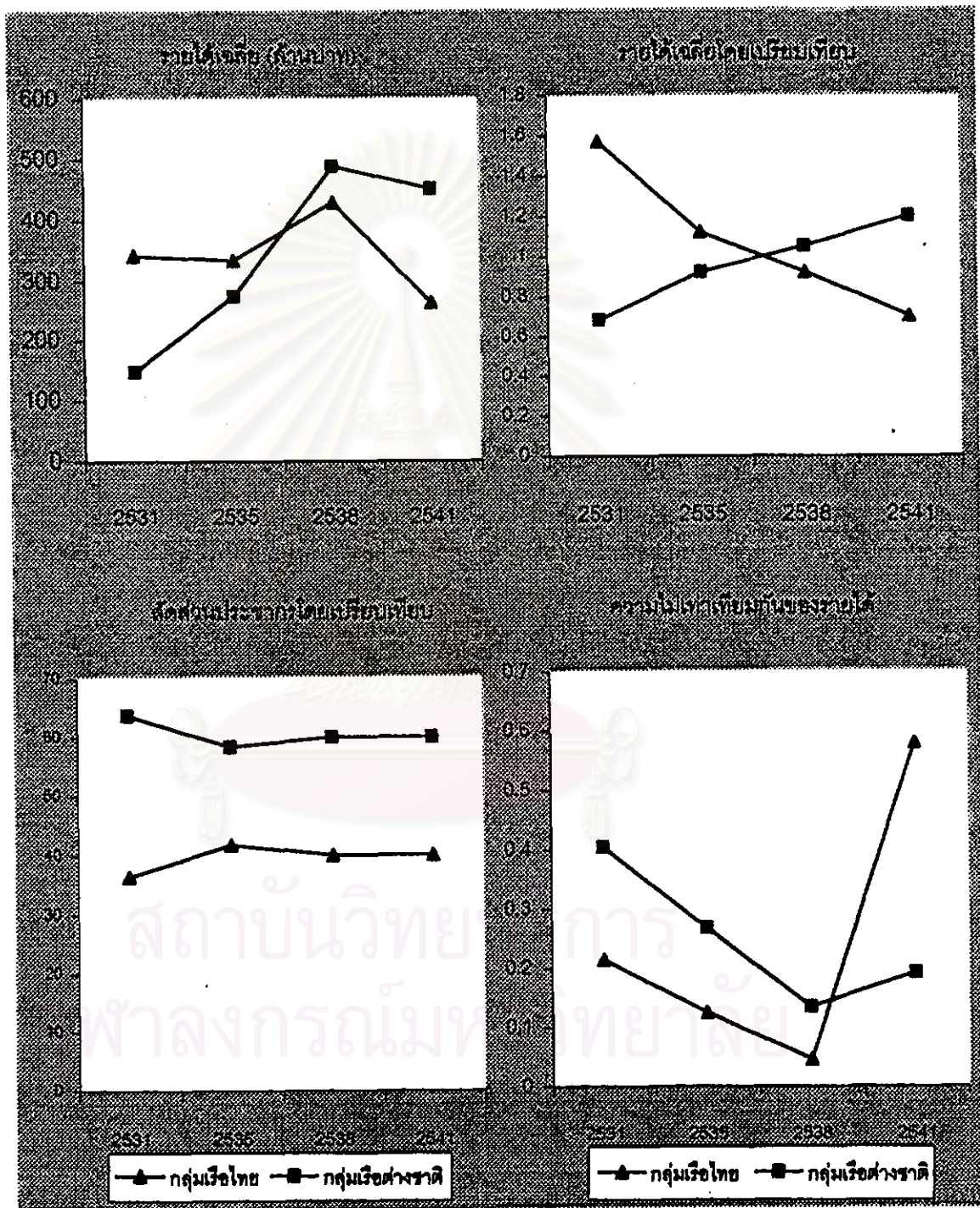
ปีพ.ศ.	2531	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
<b>รายได้เฉลี่ย</b>									
เรือไทย	341,753,773	429,264,689	333,488,995	342,145,317	332,415,308	429,277,569	357,654,363	272,929,090	262,650,499
เรือต่างชาติ	147,061,740	234,577,879	273,120,809	353,151,797	404,153,411	488,229,173	490,862,988	510,319,863	450,672,107
<b>รายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบ</b>									
เรือไทย	1.57	1.43	1.12	0.98	0.89	0.92	0.82	0.66	0.70
เรือต่างชาติ	0.68	0.78	0.92	1.01	1.08	1.05	1.12	1.23	1.20
<b>สัดส่วนของประชากรโดยเปรียบเทียบ</b>									
เรือไทย	36.36	33.33	41.67	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
เรือต่างชาติ	63.64	66.67	58.33	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
<b>ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้</b>									
เรือไทย	0.2144	0.1422	0.1240	0.0226	0.0986	0.0450	0.0241	0.1318	0.5777
เรือต่างชาติ	0.4034	0.2796	0.2675	0.1582	0.1048	0.1334	0.1791	0.1451	0.1913

หมายเหตุ: ปีพ.ศ.2532-2533 ไม่มีข้อมูล

: \* หมายถึง ไม่มีข้อมูล

แหล่งข้อมูล: คำนวณจากข้อมูลปริมาณสินค้าจากขบวนเรือไทย-ญี่ปุ่น และ อัตราค่าระวางเฉลี่ยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

ภาพที่ 4.10 รายได้เฉลี่ย รายได้เฉลี่ยโดยเปรียบเทียบ สัดส่วนประชากรโดยเปรียบเทียบ และความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ จำแนกกลุ่มประชากรตามสัญชาติเชื้อ



หมายเหตุ : หลังจากปีพ.ศ.2538 เป็นต้นมา จากรายงานปริมาณการขนส่งของกรมเรือไทย-ญี่ปุ่น ไม่มีบันทึกกลุ่มที่รับขนทั้งสินค้ามูลค่าสูงและต่ำ  
แหล่งข้อมูล : กรมเรือไทย-ญี่ปุ่น และ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

## 4.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทยต่อกองเรือต่างชาติ

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการออกแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้ส่งออก และ กลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น ทั้งนี้เพื่อสอบถามข้อเท็จจริงและความคิดเห็นของกลุ่มดังกล่าว เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านอุปสงค์และปัจจัยทางด้านอุปทานที่ทำให้กองเรือไทยไม่สามารถแข่งขันกับกองเรือต่างชาติได้ นอกจากนี้จะสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ส่งออกถึงความต้องการที่จะให้กองเรือไทยปรับปรุงในส่วนใด รวมทั้งต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องในด้านใดบ้าง การศึกษาจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง ได้แก่ การสรุปผลแบบสอบถามของกลุ่มผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเล และส่วนที่สอง ได้แก่ การสรุปผลแบบสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น

### 4.2.1 ผลการศึกษากลุ่มผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเล

การศึกษาในส่วนนี้ ได้ส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้ส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดจำนวน 500 รายแรก ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 223 ราย อัตราการตอบร้อยละ 44.60 และได้คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อนำมาสรุปผลจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยมีการกระจายของการตอบแบบสอบถาม เป็นดังนี้

- กลุ่มผู้ส่งออกลำดับที่ 1-100 จำนวน 41 ราย ร้อยละ 20.5
- กลุ่มผู้ส่งออกลำดับที่ 101-200 จำนวน 41 ราย ร้อยละ 20.5
- กลุ่มผู้ส่งออกลำดับที่ 201-300 จำนวน 46 ราย ร้อยละ 23.0
- กลุ่มผู้ส่งออกลำดับที่ 301-400 จำนวน 27 ราย ร้อยละ 13.5
- กลุ่มผู้ส่งออกลำดับที่ 401-500 จำนวน 45 ราย ร้อยละ 22.5

การนำเสนอในส่วนนี้จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1. ข้อมูลพื้นฐาน 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทยต่อกองเรือต่างชาติ และ 3. การเป็นเรือไทยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือไม่ ผลการศึกษาที่ได้เป็นดังนี้

#### 4.2.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

ผลการศึกษาในส่วนนี้เพื่อศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานต่างๆ ไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทและลักษณะองค์กร ประเภทของธุรกิจ ประเภทและลักษณะของสินค้า รูปแบบการขนส่ง รวมทั้ง บริษัทเดินเรือต่างๆ ที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเป็นประจำ ผลการศึกษาดังนี้

ประเภทองค์กรที่ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 91.5 เป็นบริษัทจำกัด ร้อยละ 7.5 เป็นบริษัทมหาชนจำกัด ร้อยละ 0.5 เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด และอีกร้อยละ 0.5 เป็นองค์กรอื่นๆ ในที่นี้จะได้นำองค์กรของรัฐวิสาหกิจ คือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ลักษณะขององค์กรของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 38.7 เป็นบริษัทที่มีสำนักงานเพียงแห่งเดียว ร้อยละ 30.2 เป็นสาขาที่มีสำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ ร้อยละ 23.6 เป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ และ ร้อยละ 7.5 เป็นสำนักงานใหญ่ที่มีสาขาในต่างประเทศ

ประเภทธุรกิจของกลุ่มผู้ใช้บริการการขนส่ง ร้อยละ 90.0 เป็นกลุ่มผู้ผลิตและส่งออก ในขณะที่ร้อยละ 9.5 เป็นกลุ่มของผู้ค้า (นำเข้าและส่งออก) ร้อยละ 0.5 เป็นผู้ส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าไปซ่อมแซมยังต่างประเทศ

ประเภทสินค้าส่งออกสำคัญอันดับหนึ่งของกลุ่มผู้ส่งออก จากการแบ่งกลุ่มสินค้าส่งออกที่สำคัญออกเป็น 13 กลุ่มตามลักษณะการแบ่งหมวดหมู่สินค้าของกรมเรือไทย-ญี่ปุ่น สินค้าส่งออกที่สำคัญแสดงในตารางที่ 4.6

สินค้าส่งออกที่สำคัญจากไทยไปญี่ปุ่นอันดับที่หนึ่ง ได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 18.6 อันดับสอง ได้แก่ สินค้าแช่แข็งร้อยละ 16.9 และอีกร้อยละ 16.9 เป็นสินค้าอื่นๆ ร้อยละ 10.7 เป็นเครื่องจักรและชิ้นส่วนของเครื่องจักร ร้อยละ 9.0 เป็นสินค้าเกษตรกรรม ร้อยละ 7.9 เป็นสินค้าอาหารสำเร็จรูป ร้อยละ 7.3 เป็นเสื้อผ้าและสิ่งทอ ร้อยละ 4.5 ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ นอกนั้นเป็นสินค้าอื่นๆ ร้อยละ 8.2

ตารางที่ 4.6 สินค้าส่งออกที่สำคัญจากไทยไปญี่ปุ่น

สินค้าส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	33	18.6
สินค้าแช่เย็นและแช่แข็ง	30	16.9
สินค้าอื่นๆ	30	16.9
เครื่องมือเครื่องจักรและชิ้นส่วน	19	10.7
สินค้าเกษตรกรรม	16	9.0
อาหารบรรจุสำเร็จรูป	14	7.9
เสื้อผ้าและสิ่งทอ	13	7.3
เฟอร์นิเจอร์	8	4.5
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	5	2.8
วัสดุก่อสร้าง	3	1.8
เครื่องมือและอุปกรณ์ครัว	3	1.8
ของเด็กเล่น	2	1.2
อุปกรณ์กีฬา	1	0.6
รวม	177	100

แนวโน้มการส่งออกสินค้าจากไทยไปญี่ปุ่นโดยภาพรวม (ตารางที่ 4.7) พบว่า ร้อยละ 54.6 เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกจะเพิ่มสูงขึ้น และร้อยละ 29.3 เห็นว่ามีแนวโน้มคงที่ ในขณะที่ร้อยละ 16.1 เห็นว่าการส่งออกมีแนวโน้มลดลง อย่างไรก็ตาม สินค้าส่งออกทั้ง 13 กลุ่มข้างต้นต่างก็มีลักษณะและระบบการขนส่งที่แตกต่างกัน โดยที่สัดส่วนการขนส่งสินค้าแต่ละระบบการขนส่งแสดงในตารางที่ 4.8

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.7 ภาพรวมแนวโน้มการส่งสินค้าออกจากไทยไปญี่ปุ่น

หน่วย : ร้อยละ

สินค้าส่งออก	เพิ่มขึ้น	คงที่	ลดลง	รวม
สินค้าเกษตรกรรม	53.3	26.7	20.0	100
เสื้อผ้าและสิ่งทอ	46.2	46.2	7.7	100
เฟอร์นิเจอร์	37.5	37.5	25	100
วัสดุก่อสร้าง	0	66.7	33.3	100
เครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	60.6	15.2	24.2	100
อาหารบรรจุสำเร็จรูป	71.4	21.4	7.2	100
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	60.0	40.0	0	100
เครื่องมือเครื่องจักรและชิ้นส่วน	73.7	21.1	5.2	100
ของเด็กเล่น	0	100	0	100
อุปกรณ์กีฬา	100	0	0	100
สินค้าแฟชั่นและแฟชั่น	50.0	33.3	16.7	100
เครื่องมือและอุปกรณ์ครัว	100	0	0	100
สินค้าอื่นๆ	42.9	35.7	21.4	100
ค่าเฉลี่ย	54.6	29.3	16.1	100

ตารางที่ 4.8 ระบบการขนส่งสินค้าออกจากไทยไปญี่ปุ่น

หน่วย : ร้อยละ

ระบบการขนส่ง	จำนวน	ร้อยละ
ระบบสินค้าเทกอง	1	0.5
ระบบสินค้าบรรจุหีบห่อ	13	6.5
ระบบสินค้าคอนเทนเนอร์	150	75.4
ระบบสินค้าเทกอง และ บรรจุหีบห่อ	0	0
ระบบสินค้าเทกอง และ คอนเทนเนอร์	0	0
ระบบสินค้าบรรจุหีบห่อ และ คอนเทนเนอร์	34	17.1
ทั้งสามระบบ	1	0.5
รวม	199	100



ตารางที่ 4.8 กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลร้อยละ 75.4 ใช้การขนส่งระบบคอนเทนเนอร์เพียงอย่างเดียวมากเป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่ร้อยละ 17.1 ใช้ทั้งระบบคอนเทนเนอร์และบรรจุหีบห่อ และ ร้อยละ 6.5 ใช้ระบบบรรจุหีบห่อเพียงอย่างเดียว สำหรับการขนส่งระบบสินค้าเทกองซึ่งส่วนใหญ่มักใช้กับสินค้าเกษตรกรรมมีเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้น

ตารางที่ 4.9 การเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลขึ้นอยู่กับ

การเลือกใช้บริการบริษัทเรือ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ซื้อ	45	22.5
ผู้ส่งออก	46	23.0
ตัวแทนการซื้อขาย	1	0.5
ข้อตกลงในการซื้อขาย	108	54.0
รวม	200	100

การเลือกใช้บริการบริษัทเดินเรือแต่ละบริษัท ถึงแม้ว่า กว่าร้อยละ 85 โดยประมาณ จะเป็นการซื้อขายในเทอม f.o.b.\* แต่เมื่อพิจารณาถึงการเลือกใช้บริการการขนส่ง พบว่า ร้อยละ 54.0 จะขึ้นอยู่กับข้อตกลงและเงื่อนไขการซื้อขายเป็นครั้งๆ ไป นอกจากนี้ร้อยละ 23.0 จะขึ้นอยู่กับผู้ส่งออกเป็นผู้กำหนดการเลือกใช้ และร้อยละ 22.5 จะขึ้นอยู่กับผู้ซื้อ ในขณะที่ร้อยละ 0.5 เท่านั้นที่ขึ้นอยู่กับตัวแทนในการซื้อขาย

วิธีการติดต่อบริษัทเดินเรือ กลุ่มผู้ส่งออกแต่ละรายจะมีวิธีการติดต่อที่แตกต่างกัน โดยที่ในเวลาเดียวกัน อาจจะใช้วิธีการติดต่อแบบเดียวหรือหลายแบบก็ได้ ดังตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ส่งออกจะเป็นผู้ที่ติดต่อบริษัทเรือเองสูงถึงร้อยละ 40.7 ในขณะที่จะติดต่อผ่านตัวกลางร้อยละ 20.6 และอีกร้อยละ 13.6 ทั้งผู้ส่งออกและผู้ซื้อเป็นผู้ติดต่อ ซึ่งการที่ฝ่ายใดจะเป็นผู้ติดต่อกับบริษัทเดินเรือ นั้นจะขึ้นอยู่กับข้อตกลงการซื้อขายในแต่ละครั้งไป

\* f.o.b หรือ free on board เป็นลักษณะการซื้อขายที่ผู้ซื้อต้องรับผิดชอบจ่ายค่าขนส่งเอง โดยที่ผู้ขายจะเสนอราคาสินค้าที่ไม่รวมค่าขนส่ง

ตารางที่ 4.10 วิธีการติดต่อกับบริษัทเดินเรือ

การติดต่อบริษัทเดินเรือ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ส่งออกติดต่อ	81	40.7
ผู้ซื้อติดต่อ	17	8.5
ติดต่อผ่านตัวกลาง	41	20.6
ผู้ส่งออก และ ผู้ซื้อ	27	13.6
ผู้ส่งออก และ ตัวกลาง	18	9.1
ผู้ซื้อ และ ตัวกลาง	1	0.5
ทั้งสามวิธี	14	7.0
รวม	199	100

สำหรับสาเหตุที่กลุ่มผู้ส่งออกใช้ตัวกลางหรือตัวแทนในการติดต่อกับบริษัทเดินเรือ จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ให้บริการ ผู้ศึกษาสามารถสรุปสาเหตุหลักๆ ได้เป็น 5 ส่วนด้วยกัน คือ 1.ความสะดวก 2.สินค้าส่งถึงตรงตามเวลา 3.ราคาถูกกว่าการติดต่อเอง 4.ไม่มีสำนักงานของบริษัทเดินเรือที่ต้องการภายในประเทศ และ 5.เหตุผลอื่นๆ โดยพบว่า ติดต่อผ่านตัวกลางเนื่องจากความสะดวกร้อยละ 29.5 สินค้าถึงตรงตามเวลาร้อยละ 3.0 ราคากว่าติดต่อเองร้อยละ 11.5 ไม่มีสำนักงานในประเทศร้อยละ 2.5 และขึ้นอยู่กับเหตุผลอื่นๆ อีกร้อยละ 27.5

นอกจากนี้ ได้สอบถามถึงบริษัทเดินเรือในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่นของกลุ่มผู้ใช้บริการ ว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีบริษัทเดินเรือที่ใช้อยู่เป็นประจำหรือไม่ พบว่า ร้อยละ 78.2 มีบริษัทเรือที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำ และอีกร้อยละ 21.8 ไม่มีบริษัทเรือที่ใช้บริการประจำ สำหรับกลุ่มที่มีบริษัทเรือที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำ เราสามารถแยกบริษัทเรือที่ให้บริการในเส้นทางดังกล่าวออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ บริษัทเดินเรือไทย บริษัทเดินเรือญี่ปุ่น และบริษัทเดินเรืออื่นๆ ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 บริษัทเดินเรือที่กลุ่มผู้ส่งออกใช้บริการอย่างเป็นประจำ

บริษัทเรือ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทเรือไทย	7	4.6
บริษัทเรือญี่ปุ่น	80	52.6
บริษัทเรืออื่นๆ	16	10.5
บริษัทเรือไทย และ บริษัทเรือญี่ปุ่น	12	7.9
บริษัทเรือไทย และ บริษัทเรืออื่นๆ	1	0.7
บริษัทเรือญี่ปุ่น และ บริษัทเรืออื่นๆ	24	15.8
บริษัททั้งสามประเภท	12	7.9
รวม	152	100

ตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มผู้ส่งออกเลือกใช้บริการบริษัทเดินเรือไทยเพียงร้อยละ 4.6 ในขณะที่เลือกใช้บริการเดินเรือญี่ปุ่นสูงถึงร้อยละ 52.6 และบริษัทเดินเรืออื่นๆ อีกร้อยละ 10.5 นั่นคือ โดยส่วนมากกลุ่มผู้ส่งออกจะเลือกใช้บริการบริษัทเดินเรือของญี่ปุ่นสูงที่สุด ทั้งนี้เนื่องด้วยเหตุผลต่างๆ ที่จะนำเสนอในส่วนตัวไป อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาบริษัทเดินเรือแต่ละแห่งที่ให้บริการในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่นเป็นรายบริษัทแล้ว พบว่า การเลือกใช้บริการของบริษัทเดินเรือแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 บริษัทเดินเรือที่กลุ่มผู้ส่งออกนิยมใช้บริการมากที่สุด คือ บริษัทเดินเรือของญี่ปุ่น โดยมี 3 บริษัทที่มีปริมาณการเลือกใช้บริการสูงสุด เรียงลำดับปริมาณการใช้บริการจากมากไปน้อยได้แก่ Nippon Yusen Kaisha (NYK) Kawasaki Kisen Kaisha (K'Line) และ Mitsui O.S.K Line คิดเป็นร้อยละ 74.0 63.5 และ 59.0 ตามลำดับ ส่วนบริษัทเรือไทยมีสัดส่วนปริมาณการใช้บริการโดยส่วนมากไม่เกินร้อยละ 10.0 ยกเว้น บริษัท ยูนิไทย โลจิสติกส์ และ บริษัท สยามเมตรา อินเตอร์เนชันแนล จำกัด คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ 21.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 การเลือกใช้บริการเดินเรือต่างๆ ที่ให้บริการในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น

บริษัทเรือ	จำนวน	ร้อยละ
<b>บริษัทเรือไทย</b>	<b>94</b>	<b>100.0</b>
จุฑานาวี	13	6.5
ยูนิไทย โลว์	30	15.0
ไทยพาณิชย์นาวี	6	3.0
ไทยเดินเรือทะเล	3	1.5
สยามเมคตรา อินเตอร์เนชั่นแนล	42	21.0
<b>บริษัทเรือญี่ปุ่น</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
Kawasaki Kisen Kaisha (K'Line)	127	63.5
Mitsui O.S.K Line	118	59.0
Nippon Yusen Kaisha (NYK)	148	74.0
Kansai Steamship	7	3.5
<b>บริษัทเรือชาติอื่นๆ</b>	<b>210</b>	<b>100.0</b>
Norwegian Asia Line	7	3.5
Maersk Line	89	44.5
บริษัทเรืออื่นๆ	114	57.0

#### 4.2.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทยต่อกองเรือต่างชาติ

จากผลการศึกษาข้างต้น ทำให้ทราบว่า ในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น บริษัทเดินเรือไทยมีสัดส่วนการใช้บริการในกลุ่มผู้ส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทเดินเรือต่างชาติแล้วน้อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากสาเหตุหลายประการด้วยกัน ในส่วนนี้ จึงเป็นการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลของกลุ่มผู้ส่งออก เพื่อศึกษาถึงความต้องการทางด้านอุปสงค์ ดังตารางที่ 4.13

ปัจจัยต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.13 ได้มาจากการรวบรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเลจากแหล่งข้อมูลต่างๆรวมทั้งการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับฟังก์ชันของอุปสงค์ แล้วนำมารวบรวมเพื่อศึกษาถึงความสำคัญของปัจจัยแต่ละตัวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาในตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัย

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าออกทางทะเล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง	182	91.0
อัตราค่าระวาง	181	90.5
การบริการและให้ความช่วยเหลือ	181	90.5
ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดการใช้เรือ	177	88.5
อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ	166	83.0
สภาพกองเรือที่ให้บริการ	163	81.5
ตัวแทนเป็นผู้ติดต่อเรือ	163	81.5
ข้อเสนอพิเศษของบริษัท	161	80.5
ความสัมพันธ์กับบริษัทเรือ	159	79.5
งบประมาณของผู้ใช้บริการ	154	77.0
บังคับกฎกระทรวง	148	74.0
ปัจจัยอื่นๆ	17	8.5

ที่กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเห็นว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ คือ อันดับหนึ่ง ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง อันดับสอง คือ อัตราค่าระวาง และการบริการและให้ความช่วยเหลือ อันดับสาม คือ ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดการใช้เรือ อันดับสี่ คือ อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ และ อันดับห้า คือ สภาพของกองเรือที่ให้บริการ นั่นคือจะพิจารณาจากความเก่าและใหม่ของเรือ ซึ่งในส่วนี้มีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง นั่นคือ ถ้าเรือมีสภาพเก่าและเครื่องยนต์เสื่อมสภาพ ก็จะทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินเรือมากขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ จะได้แก่ ตัวแทนเป็นผู้ติดต่อ ข้อเสนอพิเศษของบริษัทเรือ ความสัมพันธ์กับบริษัทเรือ งบประมาณของผู้ใช้บริการ บังคับของกฎกระทรวง และ ปัจจัยอื่นๆ ตามลำดับ และหลังจากนั้น ได้แบ่งระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยออกเป็น 5 ระดับ คือ

- ระดับที่ 5 เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด
- ระดับที่ 4 เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก
- ระดับที่ 3 เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง
- ระดับที่ 2 เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย
- ระดับที่ 1 เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

จากการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยออกเป็น 5 ระดับเรียงตามลำดับข้างต้น เราสามารถสรุประดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้ดังตารางที่ 4.14 ดังนี้

ตารางที่ 4.14 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

หน่วย : ร้อยละ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับ 5	ระดับ 4	ระดับ 3	ระดับ 2	ระดับ 1	รวม
อัตราค่าระวาง	70.2	12.7	12.2	1.7	3.3	100
การบริการและให้ความช่วยเหลือ	80.8	28.5	8.3	2.8	1.7	100
ปัจจัยอื่นๆ	58.8	0	5.9	11.8	23.5	100
ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง	57.1	26.4	12.6	3.3	0.5	100
ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดการใช้เรือ	35.6	18.9	19.2	13.0	15.3	100
อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ	34.9	21.7	25.3	10.2	7.8	100
งบประมาณของผู้ใช้บริการ	28.8	18.8	33.8	6.5	12.3	100
ข้อเสนอพิเศษของบริษัท	19.9	35.4	30.4	4.3	9.9	100
สภาพกองเรือที่ให้บริการ	15.3	21.5	39.9	14.1	9.2	100
บังคับกฎกระทรวง	14.2	4.7	21.8	16.9	42.6	100
ตัวแทนเป็นผู้ติดต่อเรือ	8.0	14.1	29.4	22.7	25.8	100
ความสัมพันธ์กับบริษัทเรือ	3.1	9.4	34.8	17.6	35.2	100

จากการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ สามารถนำมาหาค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเลได้ดังตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเลให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถแยกเป็น 5 ระดับ คือ

1. ปัจจัยที่มีความสำคัญมาก→มากที่สุด ได้แก่ อัตราค่าระวาง การบริการและให้ความช่วยเหลือ และ ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง

2. ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง→มาก ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ ปัจจัยอื่นๆ อาทิ ข้อเสนอพิเศษของบริษัท ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดการใช้เรือ งบประมาณของผู้ใช้บริการ และ สภาพกองเรือที่ให้บริการ

3. ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย→ปานกลาง ได้แก่ ตัวแทนเป็นผู้ที่ติดต่อเรือ บังคับของกฎกระทรวง และ ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับบริษัทเรือ

4. ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด→น้อย ไม่มี

5. ปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญ→มีความสำคัญน้อยที่สุด ไม่มี

ตารางที่ 4.15 ระดับความสำคัญโดยเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางทะเล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญโดยเฉลี่ย
อัตราค่าระวาง	4.45
การบริการและให้ความช่วยเหลือ	4.42
ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง	4.36
อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ	3.66
ปัจจัยอื่นๆ	3.59
ข้อเสนอพิเศษของบริษัท	3.51
ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดการใช้เรือ	3.45
งบประมาณของผู้ให้บริการ	3.45
สภาพกองเรือที่ให้บริการ	3.20
ตัวแทนเป็นผู้ติดต่อเรือ	2.56
บังคับกฎกระทรวง	2.31
ความสัมพันธ์กับบริษัทเรือ	2.26

หมายเหตุ : ในการคำนวณหาระดับความสำคัญโดยเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกตอบปัจจัยนั้นๆ จะกำหนดให้ระดับความสำคัญเท่ากับ 0 (ดูตัวอย่างแบบสอบถามในภาคผนวก)

นอกจากนี้ ได้ทำการทดสอบความเป็นอิสระกันของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลทั้ง 12 ตัวแปร กับ ตัวแปรการเลือกใช้บริการบริษัทเดินเรือเป็นประจำ แยกเป็น บริษัทเรือไทย บริษัทเรือญี่ปุ่น และ บริษัทเรือชาติอื่นๆ เพื่อศึกษาว่าการใช้บริการบริษัทเดินเรือแต่ละชาติอย่างสม่ำเสมอ จะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลหรือไม่ โดยใช้สถิติทดสอบความเป็นอิสระกันของตัวแปรทั้ง 2 ตัว คือ สถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) โดยมีสมมติฐานของการทดสอบ คือ

$H_0$  : ตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปรเป็นอิสระกัน

$H_1$  : ตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

เนื่องจากทั้งตัวแปรการใช้บริการบริษัทเดินเรืออย่างสม่ำเสมอ และ ตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลต่างก็เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ฉะนั้น การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองด้วยสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) จึงไม่สามารถบอกถึงรูปแบบความสัมพันธ์ ทิศทาง และระดับความสัมพันธ์ได้ เพียงแต่สามารถบอกได้ว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันเท่านั้น ซึ่งผลการศึกษาที่ได้แสดงในตารางที่ 4.16

จากตารางที่ 4.16 สามารถที่จะสรุปผลการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) ระหว่างตัวแปรการใช้บริการบริษัทเดินเรืออย่างเป็นประจำ กับ ตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันระหว่างกองเรือไทยและกองเรือต่างชาติทั้ง 12 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. การเลือกใช้บริการบริษัทเดินเรือไทยอย่างเป็นประจำและสม่ำเสมอ กับ ปัจจัยทั้ง 12 ปัจจัยมีความเป็นอิสระต่อกันทุกกรณี
2. การเลือกใช้บริการบริษัทเดินเรือญี่ปุ่นอย่างเป็นประจำและสม่ำเสมอ กับ ปัจจัยทั้ง 11 ปัจจัยมีความเป็นอิสระต่อกันทุกกรณี ยกเว้น การเลือกใช้บริการเดินเรือญี่ปุ่น กับ ปัจจัยการบริการและให้ความช่วยเหลือมีความสัมพันธ์กัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05
3. การเลือกใช้บริการบริษัทเดินเรือชาติอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ กับ ปัจจัยทั้ง 12 ปัจจัยมีความเป็นอิสระต่อกันทุกกรณี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 4.16 ค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) ระหว่างการให้บริการบริษัทเดินเรือ กับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขัน	บริษัทเดินเรือไทย			บริษัทเดินเรือญี่ปุ่น			บริษัทเดินเรือราศีอื่นๆ		
	$\chi^2_0$	d.f.	Significance	$\chi^2_0$	d.f.	Significance	$\chi^2_0$	d.f.	Significance
อัตราค่าระวาง	3.929	4	0.416	4.740	4	0.315	4.899	4	0.298
การบริการและให้ความช่วยเหลือ	2.698	4	0.610	14.118	4	0.007	1.288	4	0.863
ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง	3.202	4	0.525	7.130	4	0.129	3.245	4	0.518
อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ	1.422	4	0.840	0.351	4	0.986	2.904	4	0.574
ปัจจัยอื่นๆ	0.864	3	0.834	2.550	3	0.466	3.353	3	0.340
ข้อเสนอพิเศษของบริษัท	1.577	4	0.813	5.305	4	0.257	5.184	4	0.269
ผู้เรือเป็นผู้กำหนดการใช้เรือ	6.050	4	0.195	2.966	4	0.564	5.783	4	0.216
งบประมาณของผู้ให้บริการ	2.892	4	0.576	0.768	4	0.943	7.072	4	0.132
สภาพกองเรือที่ให้บริการ	2.590	4	0.629	2.927	4	0.570	3.450	4	0.486
ตัวแทนเป็นผู้ติดต่อเรือ	4.886	4	0.299	8.675	4	0.070	6.251	4	0.181
บังคับกฎกระทรวง	5.466	4	0.243	2.303	4	0.680	7.594	4	0.108
ความสัมพันธ์กับบริษัทเรือ	5.761	4	0.218	2.351	4	0.671	4.822	4	0.306

#### 4.2.1.3 การเป็นเรือไทยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลหรือไม่

ในส่วนต่อไป เป็นการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลว่า การเป็นบริษัทเดินเรือไทยจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือไม่ ทั้งนี้ได้เคยมีงานศึกษาที่มีความเกี่ยวข้องกับส่วนนี้มาบ้างแล้ว ในหัวข้อเรื่อง การศึกษาทัศนคติของผู้ทำธุรกิจขนส่งสินค้าเข้าและส่งออกที่มีต่อการใช้เรือไทย<sup>3</sup> ซึ่งเป็นการศึกษาโดยภาพรวมทั้งหมด อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้จะมุ่งไปที่การส่งออกทางทะเลในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น ผลการศึกษาที่ได้เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.17 การเป็นเรือไทยและผลที่มีต่อรูปแบบการใช้เรือไทย

ผลต่อรูปแบบการใช้เรือไทย	จำนวน	ร้อยละ
มีผล	45	24.9
ไม่มีผล	136	75.1
รวม	181	100

ตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลร้อยละ 75.1 เห็นว่า การเป็นเรือไทยไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในขณะที่ร้อยละ 24.9 เห็นว่า การเป็นเรือไทยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งกลุ่มที่เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจนี้ เราสามารถที่จะแบ่งลักษณะของผลที่มีต่อการตัดสินใจออกเป็น 4 ประเภท คือ มีผลทำให้ใช้เพิ่มขึ้น ใช้ลดลง เลิกใช้ และอื่นๆ ดังตารางที่ 4.18

<sup>3</sup> อัญญา ชันวิทย์ , ทัศนคติของผู้ทำธุรกิจขนส่งสินค้าเข้าและส่งออกที่มีต่อการใช้เรือไทย (กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530), หน้า 173-184.

ตารางที่ 4.18 ลักษณะของผลที่มีต่อรูปแบบการใช้เรือไทย

ลักษณะของผลที่มีต่อรูปแบบการใช้เรือ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เพิ่มขึ้น	17	37.8
ใช้ลดลง	9	20.0
เลิกใช้	4	8.9
อื่นๆ	15	33.3
รวม	45	100

กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลที่เห็นว่าการเป็นเรือไทยมีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า ร้อยละ 37.8 จะมีผลทำให้ใช้เพิ่มขึ้น ในขณะที่ร้อยละ 33.3 ตอบว่าอื่นๆ โดยมีเหตุผลแตกต่างกันไป อาทิ ไม่ทราบว่าในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่นมีเรือไทยให้บริการ จะต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ประกอบ และ ในพื้นที่ที่ไม่มีเรือไทยให้บริการ เป็นต้น นอกจากนี้ ร้อยละ 20.0 และ 8.9 เห็นว่า มีผลทำให้ใช้ลดลง และ เลิกใช้ ตามลำดับ หลังจากนั้นได้สอบถามถึงประสบการณ์การใช้เรือไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล แสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ประสบการณ์การใช้เรือไทย

การใช้เรือไทย	จำนวน	ร้อยละ
เคย	84	45.9
ไม่เคย	99	54.1
รวม	183	100

ตารางที่ 4.19 กลุ่มผู้ใช้บริการร้อยละ 54.1 ไม่เคยใช้บริการเรือไทยมาก่อน ในขณะที่ร้อยละ 45.9 เคยใช้บริการเรือไทย หลังจากนั้นได้แบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เคยใช้บริการเรือไทย และ กลุ่มที่ไม่เคยใช้ เพื่อศึกษาทัศนคติการใช้เรือไทยในปัจจุบัน ตามตารางที่ 4.20 และ 4.21

ตารางที่ 4.20 ความคิดเห็นต่อการใช้เรือไทยในกลุ่มที่เคยใช้มาก่อน

การใช้เรือไทยในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ยังใช้อยู่	58	69.1
เลิกใช้แล้ว	19	22.6
อื่นๆ	7	8.3
รวม	84	100

ตารางที่ 4.21 ความคิดเห็นต่อการใช้เรือไทยในกลุ่มที่ไม่เคยใช้มาก่อน

ความคิดเห็นการใช้เรือไทย	จำนวน	ร้อยละ
อยากจะใช้เมื่อมีโอกาส	50	66.7
ไม่คิดจะใช้	9	12.0
อื่นๆ	16	21.3
รวม	75	100

ในกลุ่มผู้ใช้บริการที่เคยใช้เรือไทยมาก่อน (ตารางที่ 4.20) ปัจจุบันร้อยละ 69.1 ยังคงใช้บริการเรือไทยอยู่ และร้อยละ 22.6 ตอบว่าเลิกใช้แล้ว ขณะที่ร้อยละ 8.3 ให้เหตุผลอื่นๆ อาทิ ใช้งบเป็นบางครั้งแล้วแต่กรณี ใช้เมื่อไม่มีเรือต่างชาติในช่วงเวลานั้นๆ เป็นต้น สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่เคยใช้เรือไทยมาก่อน (ตารางที่ 4.21) ร้อยละ 66.7 อยากจะใช้ถ้ามีโอกาส และร้อยละ 12.0 ตอบว่าไม่คิดที่จะใช้ และให้เหตุผลอื่นๆ อีกร้อยละ 21.3 อาทิ จะพิจารณาจากปัจจัยอื่นๆ มากกว่า ไม่สนใจว่าเป็นเรือของชาติใด หรือ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของตัวแทนเรือ เป็นต้น

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงข้อที่เรือไทยควรปรับปรุงในทัศนะของกลุ่มผู้ใช้บริการ (ตารางที่ 4.22) ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่เรือไทยควรปรับปรุงมากเป็นอันดับแรก คือ จำนวนเที่ยวเรือน้อยเกินไปร้อยละ 43.0 อันดับสอง คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งนานกว่าเรืออื่นๆ ร้อยละ 31.0 อันดับสาม คือ อัตราค่าระวางร้อยละ 29.0 และ อันดับสี่ได้แก่ ไม่มีเรือคอนเทนเนอร์ที่ทันสมัยร้อยละ 28.5 ส่วนอื่นๆ ที่ควรปรับปรุงและมีความสำคัญรองลงไป ได้แก่ สภาพกองเรือเก่าและไม่มีประสิทธิภาพ การให้ข้อเสนอพิเศษ อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ

และสินค้าเสียหายบ่อย ตามลำดับ จากสภาพของกองเรือไทยที่เก่าเกินไป จึงทำให้ประสิทธิภาพของกองเรือไทยไม่สามารถแข่งขันกับกองเรือต่างชาติได้ รวมทั้งต้องใช้ระยะเวลาการขนส่งที่มากกว่าเรือต่างชาติ ทั้งนี้เนื่องจากการเสื่อมสภาพของเครื่องยนต์ ซึ่งในส่วนนี้จะเกี่ยวข้องไปถึงการขาดแคลนแหล่งเงินทุนที่จะนำมาซื้อเรือใหม่ ในส่วนนี้รัฐบาลจะต้องเสนอมาตรการในการให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มผู้ประกอบการเพื่อจัดซื้อเรือใหม่

ตารางที่ 4.22 ส่วนที่เรือไทยควรปรับปรุงในทัศนะของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

ส่วนที่ควรปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนเที่ยวเรือน้อย	86	43.0
ระยะเวลาการขนส่งมากกว่าเรือต่างชาติ	62	31.0
อัตราค่าระวาง	58	29.0
ไม่มีเรือคอนเทนเนอร์ที่ทันสมัย	57	28.5
สภาพกองเรือเก่าและไม่มีประสิทธิภาพ	55	27.5
ขนาดระวางบรรทุกน้อย	53	28.5
การให้ข้อเสนอพิเศษสู่เรือต่างชาติไม่ได้	52	26.0
อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ	44	22.0
อื่นๆ	32	16.0
สินค้าเสียหายบ่อย	30	15.0

ตารางที่ 4.23 การใช้บริการเรือไทยถ้าเรือไทยทำการปรับปรุงสิ่งต่างๆ ข้างต้น

	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนมาใช้เรือไทยเพิ่มขึ้น	84	56.4
ไม่เปลี่ยนยังคงใช้เรือต่างชาติ	21	14.1
อื่นๆ	44	29.5
รวม	149	100

จากการสอบถามกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ถ้าเรือไทยทำการปรับปรุงจุดอ่อนต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นแล้ว จะทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนมาใช้เรือไทยหรือไม่ ผลการศึกษาในตารางที่ 4.23 พบว่า ร้อยละ 56.4 จะเปลี่ยนมาใช้เรือไทยถ้าเรือไทยมีการปรับปรุงมากขึ้น ในขณะที่ร้อยละ 14.1 ตอบว่าไม่เปลี่ยนจะยังคงใช้บริการเรือต่างชาติ โดยให้เหตุผลแตกต่างกันออกไป อาทิ เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับบริษัทเรือต่างชาติอยู่แล้ว บริษัทแม่เป็นผู้กำหนดว่าจะต้องใช้เรือต่างชาติ หรือ ลูกค้ายกกำหนดการใช้เรือในการซื้อขายเทอม f.o.b นอกจากนี้ อีกร้อยละ 29.5 ให้เหตุผลอื่นๆ ได้แก่ ไม่สนใจว่าเป็นเรือชาติใดแต่จะพิจารณาจากปัจจัยอื่นๆ เป็นสำคัญ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของตัวแทนเรือ ขึ้นกับว่ามีเรือไทยให้บริการในเส้นทางนั้นหรือไม่ เป็นต้น

#### 4.2.2 ผลการศึกษากลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเล

ในส่วนของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งทางทะเล ได้ออกแบบสอบถามให้กับบริษัทเดินเรือจำนวน 10 บริษัทที่เป็นสมาชิกของชมรมเรือไทย-ญี่ปุ่นในปัจจุบันเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ.2542 ทั้งนี้ได้ยกเว้นบริษัท Kansai Steamship ,Ltd.\* ซึ่งไม่มีสำนักงานตั้งอยู่ในประเทศไทยแต่ได้มอบหมายให้บริษัท Prime Shipping ,Ltd.\* เป็นตัวแทนในประเทศไทย และจากการสอบถามกรรมการผู้จัดการบริษัท Prime Shipping ,Ltd. ทราบว่าทางบริษัทไม่สามารถให้ข้อมูลในรูปแบบสอบถามได้เพราะไม่ทราบข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้เนื่องจากทางบริษัทรับทำหน้าที่ด้านงานพิธีการศุลกากรและกระบวนการเอกสารทางธุรกิจให้กับบริษัท Kansai Steamship ,Ltd. เท่านั้น

แบบสอบถามได้รับกลับคืนจำนวน 7 ชุด อัตราการตอบร้อยละ 70 แยกเป็น กลุ่มบริษัทเดินเรือไทย 4 บริษัท บริษัทเดินเรือญี่ปุ่น 1 บริษัท และ บริษัทเดินเรือชาติอื่นๆ 2 บริษัท การสรุปผลการศึกษาในส่วนนี้ แบ่งเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ 1.ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ประกอบการ

\* บริษัท Kansai Steamship ,Ltd. ไม่มีสินค้าในเส้นทางขาออกไทย-ญี่ปุ่น โดยทางบริษัทฯ จะเดินเรือเข้าจากประเทศญี่ปุ่นมาไทย แต่ในขาออกจะไปรับสินค้าที่ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย เพื่อไปยังประเทศญี่ปุ่น

\* บริษัท Prime Shipping ,Ltd. เป็นแอสเฟนต์ให้กับบริษัทเรือสองแห่ง คือ บริษัท Kansai Steamship ,Ltd. และ บริษัท N.K.K. Marine ,Ltd.

การรับขนส่งสินค้าทางทะเล 2.ลักษณะการให้บริการและวิธีการหาสินค้าลงเรือ และ 3.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทยต่อกองเรือต่างชาติ ดังต่อไปนี้

#### 4.2.2.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเล

ในส่วนของข้อมูลพื้นฐานจะเป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของแต่ละบริษัทอันได้แก่ ลักษณะขององค์กร ลักษณะการดำเนินงาน เรือที่ใช้ในการให้บริการรับขนส่งสินค้า ซึ่งผลการศึกษาเป็นดังนี้

ตารางที่ 4.24 ลักษณะองค์กรของกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเล

	สำนักงานแห่งเดียว	สำนักงานใหญ่มีสาขาในต่างประเทศ	สาขาที่มีสำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ	ร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ
<b>บริษัทเรือไทย</b>				
จุฑานาวี	+			
ยูนิไทย โฉม	+			
ไทยพาณิชย์นาวี	+			
ไทยเดินเรือทะเล	+			
สยามเกษตร	+			
<b>บริษัทเรือญี่ปุ่น</b>				
K'Line			+	
Mitsui O.S.K. Line			+	
NYK.			+	
<b>บริษัทเรือชาติที่สาม</b>				
Maersk Line			+	
Thoresen		+		

ตารางที่ 4.24 ลักษณะขององค์กร พบว่า กลุ่มบริษัทเดินเรือไทยทั้งหมดมีลักษณะขององค์กรเป็นสำนักงานแห่งเดียวภายในประเทศ ในขณะที่บริษัทเดินเรือญี่ปุ่นเป็นสาขาที่มีสำนักงานในต่างประเทศเช่นเดียวกับ Maersk Bangkok Branch สำหรับ บริษัท โทริเซนไทย

เอเยนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ Norwegian Asia Line จากประเทศนอร์เวย์ ได้จัดตั้งบริษัทดังกล่าวในประเทศไทยและมีกลุ่มคนไทยเข้าร่วมถือหุ้น โดยจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตารางที่ 4.25 ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเล

	เจ้าของเรือ	เอเยนต์ให้กับบริษัทเรือ	เช่าเรือมาดำเนินงาน	อื่นๆ
<b>บริษัทเรือไทย</b>				
จุฑานาวี	+			
ไทยพาณิชย์นาวี	+			
ไทยเดินเรือทะเล			+	+
สยามเนตรา	+			
<b>บริษัทเรือญี่ปุ่น</b>				
Mitsui O.S.K. Line		+		
<b>บริษัทเรือชาติที่สาม</b>				
Maersk Line	+			
Thoresen	+	+		+

ตารางที่ 4.25 โดยส่วนใหญ่บริษัทภายในขมรมเรือไทย-ญี่ปุ่น จะเป็นลักษณะของเจ้าของเรือเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้น บริษัท ไทยเดินเรือทะเล ซึ่งไม่มีเรือเป็นของตนเอง แต่จะเช่าเรือมาดำเนินงานรับขนส่งสินค้าในเส้นทางเดินเรือขาเข้าญี่ปุ่น-ไทย เท่านั้น อย่างไรก็ตาม นอกจากหลายบริษัทจะมีเรือเป็นของตนเองแล้ว ยังมีการดำเนินงานด้านอื่นๆ ด้วยเช่นกัน อาทิ การรับเป็นเอเยนต์ให้กับบริษัทเดินเรืออื่นๆ และ การเช่าเรือมาดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

บริษัท จุฑานาวี จำกัด (มหาชน) มีเรือของตนเองจำนวน 12 ลำ ระบายบรรทุกรวม 144,372 dwt. (ณ สิงหาคม 2540) และไม่มีเช่าเรือมาดำเนินงาน

บริษัท ยูนิไทย ไลน์ จำกัด (มหาชน) มีเรือของตนเองจำนวน 10 ลำ ระบายบรรทุกรวม 186,516 dwt. (ณ สิงหาคม 2540) นอกจากนี้ ได้เช่าระวางเรือบางส่วนจำนวน 19 ลำ รวมระบายบรรทุก 6,900 dwt. (ณ มกราคม 2541)



บริษัท ไทยพาณิชย์ จำกัด มีเรือของตนเองจำนวน 4 ลำ ว่างบรรทุกรวม 60,874 dwt. และมีการเช่าเรือเปล่ามาให้บริการรับขนส่งสินค้าบ้างในบางครั้ง (ณ มีนาคม 2542)

บริษัท ไทยเดินเรือทะเล จำกัด ไม่มีเรือเป็นของตนเอง แต่จะเช่าเรือมาดำเนินงานจำนวน 73 ลำ ว่างบรรทุกรวม 14,900 dwt. (ณ มกราคม 2541)

บริษัท สยามเมตธา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีเรือของตนเองจำนวน 1 ลำ ว่างบรรทุก 15,027 dwt. (ณ มีนาคม 2542) เช่าเรือมาดำเนินงานจำนวน 4 ลำ ว่างบรรทุกรวม 17,751.5 dwt. (ณ มกราคม 2541)

บริษัท Mitsui O.S.K Line ,Ltd. ปัจจุบันมีเรือของตนเองจำนวน 3 ลำ ไม่มีข้อมูลขนาดว่างบรรทุก (ณ มีนาคม 2542)

บริษัท Maersk Bangkok Branch ปัจจุบันมีเรือของตนเองจำนวน 10 ลำ ว่างบรรทุกรวม 60,640 dwt. และเช่าเรือมาดำเนินงานจำนวน 3 ลำ (ณ มีนาคม 2542)

บริษัท โทริเซนไทย เอเยนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) มีเรือคอนเทนเนอร์ชั้นนอกจำนวน 3 ลำ ว่างบรรทุกรวม 45,000 dwt. (ณ มีนาคม 2542) ไม่มีการเช่าเรือมาดำเนินงาน

#### 4.2.2.2 ลักษณะการให้บริการและวิธีการหาสินค้าลงเรือ

ในส่วนของลักษณะการให้บริการของกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเล จะแบ่งลักษณะการให้บริการออกเป็น 5 ประเภทหลักๆ ด้วยกัน คือ บริการรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ บริการให้เช่าเรือ บริการบริหารจัดการดำเนินงานด้านเอกสารและพิธีการ บริการให้เช่าตู้คอนเทนเนอร์ และ การรับและให้บริการบรรจุหีบห่อ จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ประกอบการแต่ละรายจะดำเนินงานหลายๆ ประเภทในเวลาเดียวกัน โดยเฉพาะบริษัทเดินเรือต่างชาติ อย่างเช่น บริษัท Mitsui O.S.K. Line , Ltd. และ บริษัท โทริเซนไทย เอเยนต์ซีส์ จำกัด ที่ให้บริการเกือบทุกประเภท ในขณะที่กลุ่มบริษัทเดินเรือไทยจะให้บริการเพียงไม่กี่ประเภทเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจาก ความไม่พร้อมทางด้านองค์กร บุคลากร และเงินทุน ชื่อนำสังเกต คือ ในปัจจุบันไม่มีบริษัทเดินเรือบริษัทใดที่ให้บริการเช่าตู้สินค้า ทั้งนี้เนื่องจาก การขนส่งด้วยระบบคอนเทนเนอร์ของไทยในปัจจุบันกำลังประสบกับปัญหาการขาดแคลนตู้สินค้า ดังนั้น กลุ่มผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องนำเช่าตู้สินค้าในบางครั้ง แต่อย่างไรก็ตาม หลายๆ ครั้งที่กลุ่มผู้ประกอบการเลือกที่จะไม่นำเช่าตู้สินค้า เพราะเนื่องจากจะทำให้ต้นทุนในการขนส่งเพิ่มสูงขึ้นจนไม่คุ้มกับการลงทุน

ตารางที่ 4.26 ลักษณะการให้บริการของกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเล

	บริการรับ ขนส่งสินค้า ระห้วง ประเทศ	บริการให้ เช่าเรือ	รับจัดการ ค่าเงินการ ค้าและการ และพิธีการ ต่างๆ	บริการให้ เช่าตู้สินค้า	รับและให้ บริการบรรจุ สินค้า	อื่นๆ
<b>บริษัทเรือไทย</b>						
จุฑานาวี	+	+				
ไทยพาณิชย์นาวี	+	+				
ไทยเดินเรือทะเล	+		+			
สยามเกษตร	+					
<b>บริษัทเรือญี่ปุ่น</b>						
Mitsui O.S.K. Line	+	+	+		+	+
<b>บริษัทเรือชาติที่สาม</b>						
Maersk Line	+					
Thoresen	+	+	+			+

สำหรับวิธีการหาสินค้าลงเรือ บริษัทเดินเรือแต่ละรายจะมีวิธีการหลักๆ อยู่ 2 วิธีด้วยกัน คือ สำหรับบริษัทเดินเรือขนาดใหญ่ จะมีหน่วยงานของตนเองรับผิดชอบทำหน้าที่หาสินค้าลงเรือ อาทิ ฝ่ายการตลาด หรือ ฝ่ายขาย ในขณะที่บางบริษัทอาจใช้ตัวแทนในการหาสินค้า ทั้งนี้ เนื่องจากต้นทุนจะต่ำกว่าการจัดตั้งหน่วยงานภายในองค์กรขึ้นมารับผิดชอบโดยตรง จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการโดยส่วนมากจะเลือกใช้วิธีการหาสินค้าลงเรือทั้งสองแบบยกเว้น บริษัท ไทยพาณิชย์นาวี จำกัด ที่ใช้ตัวแทนหาสินค้าลงเรือเพียงอย่างเดียว และ บริษัท Mitsui O.S.K. Line และ Maersk Bangkok Branch ที่ใช้หน่วยงานของตนเองรับผิดชอบเท่านั้น

ตารางที่ 4.27 วิธีการหาสินค้าลงเรือของกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเล

	หน่วยงานของบริษัทที่รับผิดชอบ	มีตัวแทนหาสินค้า	อื่นๆ
<b>บริษัทเรือไทย</b>			
จุฑานาวี	+	+	
ไทยพาณิชย์นาวี		+	
ไทยเดินเรือทะเล	+	+	
สยามเกษตรรา	+	+	
<b>บริษัทเรือญี่ปุ่น</b>			
Mitsui O.S.K. Line	+		
<b>บริษัทเรือชาติที่สาม</b>			
Maersk Line	+		
Thoresen	+	+	

สำหรับส่วนของวิธีการส่งเสริมการหาสินค้าลงเรือของกลุ่มผู้ประกอบการแต่ละราย ได้แบ่งวิธีการหาสินค้าออกเป็น 6 วิธีด้วยกัน โดยแบ่งระดับความสำคัญของแต่ละวิธีออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 3 เป็นวิธีที่ใช้มากที่สุด

ระดับที่ 2 เป็นวิธีที่ใช้ปานกลาง

ระดับที่ 1 เป็นวิธีที่ใช้น้อยที่สุด

ผลการศึกษาเพื่อหาค่าเฉลี่ย ณ ระดับต่างๆ แสดงในตารางที่ 4.28 พบว่า ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการบริษัทเดินเรือไทย และ บริษัทเดินเรือต่างชาติ ใช้วิธีส่งเสริมการหาสินค้าลงเรือด้วยวิธีการติดต่อกับกลุ่มลูกค้าโดยตรง เนื่องจากมีความสัมพันธ์โดยส่วนตัวมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ระดับ 2.25 และระดับ 2.33 ในกลุ่มบริษัทเดินเรือไทยและกลุ่มบริษัทเดินเรือต่างชาติ ตามลำดับ ในขณะที่ทั้งสองกลุ่มจะใช้วิธีการลดราคาต่ำกว่าให้ต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ น้อยที่สุด นั่นแสดงถึงว่ากลุ่มผู้ประกอบการเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการตัดราคากันเองภายในกลุ่ม ซึ่งระดับความสำคัญเฉลี่ยของวิธีการลดราคาต่ำกว่ามีความสำคัญในระดับ 1.00 เท่ากันทั้งสองกลุ่ม

ตารางที่ 4.28 ระดับความสำคัญเฉลี่ยของวิธีส่งเสริมการขายสินค้า

วิธีการส่งเสริมการขายสินค้า	กลุ่มบริษัทเรือไทย	กลุ่มบริษัทเรือต่างชาติ
ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	1.25	1.33
ติดต่อลูกค้าโดยตรงเนื่องจากคุ้นเคย	2.25	2.33
บุคคลอื่นแนะนำลูกค้าให้	1.50	1.67
ผู้ส่งสินค้าติดต่อเข้ามาเอง	1.50	1.67
ลดราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น	1.00	1.00
เสนอเงื่อนไขพิเศษกับลูกค้า	1.50	1.67
อื่นๆ	-	1.00

หมายเหตุ : ในการคำนวณหาระดับความสำคัญเฉลี่ยของวิธีส่งเสริมการขายสินค้า กรณีที่ผู้ตอบไม่เลือกตอบ ปัจจุบันนี้ จะกำหนดให้ระดับความสำคัญเท่ากับ 0 (ตัวอย่างแบบสอบถามในภาคผนวก)

4.2.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทยต่อกองเรือต่างชาติ

ในส่วนนี้ แบ่งปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลออกเป็น 12 ปัจจัยหลักๆ ได้แก่ อัตราค่าระวาง อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ ประเภทและชนิดของเรือ ขนาดระวางบรรทุกของเรือ อายุและประสิทธิภาพของเรือ จำนวนเที่ยวเรือต่อสัปดาห์ ความถี่และตารางเวลาเดินเรือ ความเสียหายของสินค้า การให้ข้อเสนอพิเศษ ความสามารถในการหาสินค้า และ ก่าบริการและให้ความช่วยเหลือ ทั้งนี้เพื่อศึกษาว่า ปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่กลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลเห็นว่ามีความสำคัญมากที่สุดต่อการแข่งขันในการให้บริการในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น สำหรับการศึกษาในส่วนนี้ ได้แบ่งระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทยต่อกองเรือต่างชาติออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน คือ

- ระดับที่ 5 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันมากที่สุด
- ระดับที่ 4 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันมาก
- ระดับที่ 3 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันปานกลาง
- ระดับที่ 2 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันน้อย
- ระดับที่ 1 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันน้อยที่สุด

ผลการศึกษาที่ได้ แสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการโดยรวม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขัน	ระดับความสำคัญโดยเฉลี่ย
อัตราค่าระวาง	2.67
อายุและประสิทธิภาพเรือ	2.17
การให้ข้อเสนอพิเศษ	2.00
จำนวนเที่ยวเรือต่อสัปดาห์	1.83
อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ	1.67
ความสามารถในการหาสินค้าลงเรือ	1.50
การบริการและให้ความช่วยเหลือ	1.50
ตารางเวลาการเดินทางเรือ	1.17
ประเภทและชนิดของเรือ	0.83
ขนาดระวางบรรทุกของเรือ	0.83
ความเสียหายของสินค้า	0.83

หมายเหตุ : ในการคำนวณหาระดับความสำคัญโดยเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกตอบปัจจัยนั้นๆ จะกำหนดให้ระดับความสำคัญเท่ากับ 0 (ดูตัวอย่างแบบสอบถามในภาคผนวก)

ผลการศึกษาที่ได้ พบว่า โดยภาพรวมของกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น อัตราค่าระวาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ปัจจัยที่มีความสำคัญในลำดับรองลงมา คือ อายุและประสิทธิภาพของเรือ การให้ข้อเสนอพิเศษ จำนวนเที่ยวเรือต่อสัปดาห์ อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ ความสามารถในการหาสินค้า การบริการและให้ความช่วยเหลือ และปัจจัยอื่นๆ ตามลำดับ หลังจากนั้นได้แบ่งกลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบริษัทเดินเรือไทย และ กลุ่มบริษัทเดินเรือต่างชาติ ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าทางทะเลทั้งกลุ่มบริษัทเดินเรือไทยและกลุ่มบริษัทเดินเรือต่างชาติ ต่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ในที่นี้ได้แบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยทั้งสองกลุ่มออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.30 ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขัน จำแนกตามกลุ่มสัญชาติเรือ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขัน	กลุ่มบริษัทเรือไทย	กลุ่มบริษัทเรือต่างชาติ
อัตราค่าระวาง	2.67	2.67
อายุและประสิทธิภาพเรือ	2.67	1.67
จำนวนเที่ยวเรือต่อสัปดาห์	2.67	1.00
การให้ข้อเสนอพิเศษ	2.33	1.67
ความสามารถในการหาสินค้าลงเรือ	2.33	0.67
อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ	2.00	1.33
การบริการและให้ความช่วยเหลือ	1.67	1.33
ประเภทและชนิดของเรือ	0.67	1.00
ขนาดระวางบรรทุกของเรือ	0.67	1.00
ตารางเวลาการเดินทางเรือ	0.67	1.67
ความเสียหายของสินค้า	0.67	1.00

หมายเหตุ : ในการคำนวณหาระดับความสำคัญโดยเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกตอบปัจจัยนั้นๆ จะกำหนดให้ระดับความสำคัญเท่ากับ 0 (ดูตัวอย่างแบบสอบถามในภาคผนวก)

### กลุ่มบริษัทเรือไทย

1. ปัจจัยที่มีความสำคัญมาก→มากที่สุด ไม่มี
2. ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง→มาก ไม่มี
3. ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย→ปานกลาง ได้แก่ อัตราค่าระวาง อายุและประสิทธิภาพของเรือ จำนวนเที่ยวเรือต่อสัปดาห์ การให้ข้อเสนอพิเศษ ความสามารถในการหาสินค้าลงเรือ และ อัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ
4. ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด→น้อย ได้แก่ การบริการและความช่วยเหลือ
5. ปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญ→มีความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ ประเภทและชนิดของเรือ ขนาดระวางบรรทุกของเรือ ตารางเวลาการเดินทางเรือ และ ความเสียหายของสินค้า

### กลุ่มบริษัทเรือต่างชาติ

1. บริษัทที่มีความสำคัญมาก→มากที่สุด ไม่มี
2. บริษัทที่มีความสำคัญปานกลาง→มาก ไม่มี
3. บริษัทที่มีความสำคัญน้อย→ปานกลาง ได้แก่ อัตราค่าระวาง
4. บริษัทที่มีความสำคัญน้อยที่สุด→น้อย ได้แก่ อายุและประสิทธิภาพของเรือ ตารางเวลาการเดินทาง การให้ข้อเสนอพิเศษ การบริการและให้ความช่วยเหลือ ประเภทและชนิดของเรือ ขนาดระวางบรรทุกของเรือ จำนวนเที่ยวเรือต่อสัปดาห์ และความเสี่ยงของสินค้า
5. บริษัทที่ไม่มีความสำคัญ→มีความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการหาสินค้าลงเรือ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย