

## การจัดลำดับศักยภาพด้านการให้บริการของสายเรือ 2010

โดย สมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

สมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สมาคมผู้ส่งออก) ได้มีโครงการเพื่อประเมินศักยภาพการให้บริการของสายเรือในด้านการส่งออกสินค้าไปในเส้นทางหลักของโลกใน 9 เส้นทางได้แก่

- สหรัฐอเมริกา โดยจะครอบคลุมการขนส่งไปทั้งฝั่งตะวันตก และตะวันออกของสหรัฐฯ
- เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) ประกอบด้วย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน ลาว กัมพูชา เวียดนาม และพม่า
- สหภาพยุโรป (อียู) ซึ่งมีสมาชิกทั้งสิ้น 27 ประเทศ เช่น เยอรมัน อังกฤษ สวีเดน โปรตุเกส เป็นต้น
- เมดิเตอร์เรเนียน เช่นประเทศ อิตาลี, กรีซ , ตุรกี, ซีเลีย, อิสราเอล เป็นต้น
- แอฟริกา ซึ่งครอบคลุมทั้งแอฟริกาเหนือ ,แอฟริกาใต้ , แอฟริกาตะวันออก และแอฟริกาตะวันตก
- เอเชียตะวันออก ได้แก่ประเทศ จีน, ญี่ปุ่น , เกาหลีเหนือ , เกาหลีใต้, ไต้หวัน
- ตะวันออกกลาง ได้แก่ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรสต์, อิรัก, อิหร่าน, ซาอุดีอาระเบีย, เยเมน เป็นต้น
- เอเชียใต้ เช่น ประเทศอินเดีย, ศรีลังกา, บังกลาเทศ เป็นต้น

โดยการประเมินศักยภาพในการให้บริการของสายเรือในแต่ละเส้นทางนั้น สมาคมผู้ส่งออกจัดส่งแบบสอบถามไปยังสมาชิกซึ่งเป็นผู้ส่งออก เพื่อสอบถามเกี่ยวกับความนิยมในการเลือกใช้บริการสายเรือในแต่ละเส้นทาง รวมถึงสอบถามถึงความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรื่อนั้นๆ โดยความพอใจจะประเมินใน 4 ด้านได้แก่

- 1) ด้านราคา : ซึ่งมีความหมายครอบคลุมถึงอัตราค่าระวางเรือ, ค่า Surcharge และค่าบริการอื่นๆ ที่สายเรือเรียกเก็บ
- 2) ด้านการเคลมสินค้า : จะครอบคลุมถึงการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสินค้าในกรณีที่มีสินค้าเสียหายเกิดขึ้นในการขนส่ง, การติดตามผลการเคลมสินค้า และการให้บริการในด้านการเคลมสินค้าของสายเรือ
- 3) ความตรงต่อเวลา : หมายถึงสายเรื่อนั้นๆ ได้ให้บริการตรงตามตารางเดินเรือที่ได้แจ้งแก่ลูกค้า, ไม่มีสินค้าตกเรือ หรือการ Delay ของสินค้า,
- 4) การให้บริการก่อน และหลังการขาย : ซึ่งครอบคลุมถึงการ booking สายเรือ, การจัดทำเอกสาร, การติดตามสินค้า (Tracking) , การประสานงานแจ้งลูกค้า

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

สภาผู้ส่งออก ได้ส่งแบบสอบถามให้สมาชิกซึ่งเป็นผู้ส่งออกของปี 2010 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 2,114 บริษัท โดยครอบคลุมใน 25 กลุ่มอุตสาหกรรม (ทั้งนี้ สรท. จัดส่งแบบสอบถามให้สมาชิกทั้งหมดจำนวน 2,273 บริษัท แต่มีจดหมายบางส่วนไม่ถึงมือรับและถูกส่งกลับมายัง สรท. จำนวนทั้งสิ้น 159 บริษัท)

โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรือใน 4 ด้าน สำหรับสายเรือที่ผู้ส่งออกได้ใช้บริการในเส้นทางนั้นๆ แต่ละสาย

ส่วนที่ 3 : ได้สอบถามข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของสายเรือ

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการตอบกลับของสมาชิก จะวิเคราะห์ใน 2 ด้านคือ

1. ความนิยมในการเลือกใช้สายเรือ โดยเปรียบเทียบในเชิงความถี่ ว่าในแต่ละเส้นทางผู้ส่งออกเลือกใช้บริการบริษัทสายเรือใด โดยจะคำนวณออกมาในรูปของสัดส่วนร้อยละ เพื่อแสดงให้เห็นว่าในเส้นทางนั้นๆ สายเรือใดเป็นที่นิยมของผู้ส่งออกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละเท่าใด
2. ความพึงพอใจในการให้บริการแต่ละสายเรือ การวิเคราะห์ในประเด็นนี้จะเปรียบเทียบความพอใจในการบริการทั้ง 4 ด้านของแต่ละสายเรือที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ใช้บริการในเส้นทางนั้นๆ ดังนั้นอาจเป็นไปได้ว่า สายเรือ A ที่ได้รับความนิยมในเส้นทางสหรัฐฯ แต่เมื่อเปรียบเทียบในเชิงความพึงพอใจในการให้บริการแล้ว อาจจะไม่ได้มีคะแนนสูงสุด ในแต่ละด้านที่วัด เป็นต้น

นอกจากนี้ในส่วนสุดท้ายของแบบสอบถามได้สอบถามถึงข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะในมุมมองของผู้ส่งออก เกี่ยวกับการให้บริการของสายเรือ ซึ่งสภาผู้ส่งออก จะได้ทำการรวบรวมข้อมูลดังกล่าว และสรุปลงไปในส่วนของข้อเสนอแนะ เพื่อให้สายเรือ หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เพื่อการพัฒนาการให้บริการของสายเรือต่างๆ ต่อไป

## ผลการวิเคราะห์

### ๐ ข้อมูลพื้นฐาน

จากแบบสอบถามที่ส่งออกไปทั้งสิ้น 2,114 บริษัท พบว่ามีบริษัทตอบกลับมาจำนวนทั้งสิ้น 53 บริษัท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.5 แม้ว่าขนาดตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ จะครอบคลุมสัดส่วนเพียง 2.5% แต่ตามทฤษฎีขีดจำกัดกลาง (Central Limit Theorem)<sup>1</sup> ก็สามารถกล่าวได้ว่าขนาดตัวอย่างที่รวบรวมได้จำนวน 53 บริษัท ก็เพียงพอที่จะใช้แทนจำนวนข้อมูลของสมาชิกสภาผู้ส่งออกได้

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์แยกรายอุตสาหกรรมแล้ว พบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 53 ชุดนั้นแบ่งได้ทั้งสิ้น 26 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

1. ไฟฟ้า/อิเล็กทรอนิกส์/ซอฟต์แวร์	จำนวน 6 บริษัท (11.3%)
2. เซรามิค/แก้ว/สุขภัณฑ์	จำนวน 1 บริษัท (1.8%)
3. เครื่องหนัง/รองเท้า/กระเป๋า	จำนวน 2 บริษัท (3.7%)
4. พลาสติก	จำนวน 3 บริษัท (5.6%)
5. สิ่งทอ	จำนวน 4 บริษัท (7.5%)
6. ยา	จำนวน 1 บริษัท (1.8%)
7. ยาง และผลิตภัณฑ์ยาง	จำนวน 1 บริษัท (1.8%)
8. เกษตร/ผัก/ผลไม้	จำนวน 4 บริษัท (7.5%)
9. อาหาร / เครื่องดื่ม	จำนวน 14 บริษัท (26.4%)
10. เคมีภัณฑ์	จำนวน 3 บริษัท (5.6%)
11. อุปกรณ์กีฬา	จำนวน 3 บริษัท (5.6%)
12. อุปกรณ์/บริโภค	จำนวน 3 บริษัท (5.6%)
13. ยานยนต์	จำนวน 4 บริษัท (7.5%)
14. เฟอร์นิเจอร์	จำนวน 1 บริษัท (1.8%)
15. สิ่งพิมพ์	จำนวน 1 บริษัท (1.8%)
16. โรงกลั่นปิโตรเลียม	จำนวน 2 บริษัท (3.7%)

<sup>1</sup> ทฤษฎีกล่าวว่า ถ้าเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างขนาด  $N$  ซ้ำ ๆ กัน ซึ่งดึงมาจากประชากรที่มีการแจกแจงเป็นปกติ มีค่าเฉลี่ย  $\mu$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $\sigma$  แล้วค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจะมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ที่มีค่าเฉลี่ย  $\mu$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $\sigma/\sqrt{N}$

ยิ่งกว่านั้น ถ้า  $N$  ของตัวอย่างมีขนาดใหญ่ การแจกแจงจะเป็นโค้งปกติ ดังนั้นค่าเฉลี่ยจะเท่ากับ  $\mu$  และความคลาดเคลื่อน  $\sigma/\sqrt{N}$  ผลของทฤษฎีนี้บอกเราว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ดึงมาจากประชากรที่มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ผลของกลุ่มตัวอย่างก็มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ แม้ว่า  $n$  จะมีขนาดเล็กก็ตาม

อีกกรณีหนึ่งแม้ว่า  $N$  จะมีขนาดใหญ่และประชากรไม่มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ผลที่ได้จะมีแนวโน้มว่าข้อมูลจะมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ แต่ถ้าถามว่า  $N$  ขนาดใหญ่แค่ไหน ถ้า  $N$  มีค่ามากกว่า 30 ก็มากพอที่จะช่วยให้การแจกแจงเป็นโค้งปกติได้

ทั้งนี้ พบว่าจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 53 ชุดนั้น กลุ่มสมาชิกตอบแบบสอบถาม กลับมามากที่สุดคือ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม ซึ่งมีจำนวน 14 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาคือกลุ่มไฟฟ้า/อิเล็กทรอนิกส์/ซอฟต์แวร์ จำนวนทั้งสิ้น 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.3 ซึ่งจำนวนข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้นั้นก็ครอบคลุมในอุตสาหกรรมหลักๆ ของไทย

## ๑ การเลือกใช้สายเรือสำหรับแต่ละเส้นทาง

ผลการวิเคราะห์ ถึงการเลือกใช้บริการของบริษัทสายเรือในแต่ละเส้นทางได้ข้อสรุป ดังนี้

▪ เส้นทางสหรัฐอเมริกา	สายเรือ NYK และ OOCL มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุดซึ่งมีจำนวนเท่ากันโดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.3 รองลงมาคือสายเรือ Evergreen คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.9
▪ เส้นทางอาเซียน	สายเรือ Maersk Line มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.4 รองลงมาคือ Evergreen คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.8
▪ เส้นทางสหภาพยุโรป	สายเรือที่ผู้ส่งออกเลือกใช้บริการสูงสุดคือ Maersk Line คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ Evergreen ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 37.9
▪ เส้นทางสายแอฟริกา	สายเรือ MAERSK Line มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 รองลงมาคือ CMA CGM ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 42.8
▪ เส้นทางเอเชียตะวันออก	มีสายเรือ 3 สายที่พบว่าผู้ส่งออกได้เลือกใช้บริการสูงสุด ได้แก่ K-Line, Mitsui O.S.K และ NYK ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 35 ส่วนอันดับที่สองมีสัดส่วนร้อยละ 32.5 ได้แก่สายเรือ Evergreen
▪ เส้นทางเอเชียใต้	สายเรือที่มีผู้ส่งออกส่วนใหญ่เลือกใช้บริการคือสายเรือ NYK ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.8 ส่วนอันดับต่อมาคือสายเรือ Mitsui O.S.K. โดยมีสัดส่วนร้อยละ 27.7
▪ เส้นทางแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน	สายเรือที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ Maersk Line คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.1 รองลงมาคือสายเรือ Yang Ming และ MSC คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.3
▪ เส้นทางตะวันออกกลาง	สายเรือที่มีการเลือกใช้บริการสูงสุดมีทั้งสิ้น 3 สายเรือ คือ APL, Evergreen และ Maersk Line มีสัดส่วนร้อยละ 46.6 และสายเรืออันดับสอง คือสายเรือ Emirates Shipping มีสัดส่วนร้อยละ 26.6

จากตารางด้านบนแสดงให้เห็นว่าสายเรือ Maersk เป็นสายเรือที่ผู้ส่งออกมักจะเลือกใช้บริการมากที่สุดใน 5 เส้นทางหลักๆ ได้แก่ แอฟริกา, เอเชีย, ตะวันออกกลาง, สหภาพยุโรป และประเทศในแถบเมดิเตอร์เรเนียน ส่วนในเส้นทางขนส่งที่เหลือซึ่งคือ สหรัฐ, เอเชีย ตะวันออก และเอเชียใต้ สายเรือที่มีผู้นิยมใช้บริการมากที่สุดคือ สายเรือ NYK

#### ตารางแสดงผลสายเรือที่มีผู้ให้บริการสูงสุดในแต่ละเส้นทาง

เส้นทาง	อันดับ 1	อันดับ 2
แอฟริกา	Maersk Line	CMA CGM
สหรัฐอเมริกา	NYK , OOCL	Evergreen
เอเชีย	Maersk Line	Evergreen
เอเชียตะวันออก	K-Line , Mitsui O.S.K , NYK	Evergreen
เอเชียใต้	NYK	OOCL
ตะวันออกกลาง	Maersk Line	Emirates Shipping
สหภาพยุโรป	Maersk Line	Evergreen
เมดิเตอร์เรเนียน	Maersk Line	Yang Ming, MSC

เป็นที่น่าสังเกตว่าสายเรือที่ผู้ส่งออกนิยมใช้บริการมากในแต่ละเส้นทางนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทสายเรือใหญ่ มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก โดยมีเหตุผลสนับสนุน ผลการสำรวจดังนี้

- สายเรือที่ได้รับความนิยมสูงสุด 2 อันดับแรก จะเป็นบริษัทสายเรือขนาดใหญ่ ซึ่งมีระวาง และตู้สินค้าในการให้บริการจำนวนมาก ดังนั้นย่อมจะมีผู้ส่งออกเลือกใช้บริการสายเรือดังกล่าวมากกว่าสายเรือขนาดเล็กๆ
- เเทมการส่งออกของไทย กว่า 80% เป็นขายสินค้าในเทอม FOB ดังนั้น การเลือกใช้สายเรือใดเพื่อส่งออก ลูกค้าปลายทางจะเป็นผู้กำหนด
- ผู้ส่งออกมีการจัดทำ Service Contract กับสายเรือใดสายเรือหนึ่ง ซึ่งเป็น Contract ทั้งปี ดังนั้นการที่จะเลือกใช้บริการของสายเรือใด ก็จะต้องพิจารณาถึง Service Contract เป็นลำดับแรก ซึ่งเป็นเหตุผลทำให้สายเรือสายใหญ่ๆ ที่มีการจัดทำ Service Contract จะได้รับความนิยมในการใช้บริการสูง
- สายเรือบางสายไม่ได้ให้บริการขนส่งสินค้าในบางเส้นทาง หรือมีรอบของการวิ่งเรื่อน้อย แตกต่างจากสายเรือใหญ่ๆ ที่มีรอบการจำนวนเรือวิ่งมากกว่า โดยเฉพาะในเส้นทางแอฟริกา ซึ่งเป็นตลาดใหม่ จึงมีสายเรือที่ให้บริการน้อยราย

ทั้งนี้จากเหตุผลสนับสนุนดังกล่าว จึงอาจกล่าวได้ว่าสายเรือมีผู้เลือกใช้บริการมากที่สุดสำหรับแต่ละเส้นทางนั้น ไม่ได้หมายความว่าสายเรือดังกล่าวมีให้บริการดีกว่าสายเรืออื่นๆ หรือมีค่าบริการถูกกว่าสายเรืออื่นๆ ในเส้นทางเดียวกัน เนื่องจากเหตุผลดังที่ได้กล่าวในตอนต้น

ดังนั้น สรท. จึงได้ทำการวิเคราะห์ต่อไปเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรือแต่ละสาย ในแต่ละเส้นทาง ซึ่งการวัดในเชิงความพึงพอใจนี้จะสามารถบอกได้ว่าสายเรือใดให้บริการดี, มีราคาค่าขนส่งที่สมเหตุสมผล, ความรับผิดชอบ (Liability) ต่อสินค้า และเรื่องของการรักษาเวลาในการขนส่งสินค้า ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่ช่วยให้ผู้ส่งออก ใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้สายเรือในการขนส่งสินค้าในแต่ละเส้นทาง

### ๑ ความพึงพอใจของการบริการในด้านต่างๆ ของสายเรือ ในแต่ละเส้นทาง

ผลการวิเคราะห์ในด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการของสายเรือใน 4 ด้าน ได้แก่ การบริการก่อน-หลังการขาย, ราคาค่าขนส่ง, การเคลมสินค้า และความตรงต่อเวลาในการให้บริการของสายเรือ ซึ่งผลจากการสำรวจ ได้ข้อสรุปในแต่ละเส้นทางดังนี้

#### เส้นทางแอฟริกา

ปัจจัย	สายเรือที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด	% ความพอใจ
ราคา	Safmarine	70 (ปานกลาง)
การเคลมสินค้า	K-Line	70 (ปานกลาง)
ความตรงต่อเวลา	Eastern Marine	73.3 (ปานกลาง)
การบริการก่อน-หลัง	Mitsui O.S.K , Eastern Marine	80 (มาก)

สำหรับเส้นทางแอฟริกา สายเรือที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดในด้านราคาคือสายเรือ Safmarine ซึ่งมีระดับความพึงพอใจปานกลางอยู่ที่ร้อยละ 70 , ส่วนด้านการเคลมสินค้าสายเรือที่ได้รับความพอใจในระดับปานกลาง คือ K-Line ซึ่งมีระดับความพอใจที่ร้อยละ 70 , ด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการสายเรือ Eastern Marine ได้ระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง หรืออยู่ที่ร้อยละ 73.3 และสุดท้ายในด้านของการบริการก่อน และหลังสายเรือที่ได้รับความพอใจสูงสุดมี 2 สายเรือได้แก่ Mitsui O.S.K และ Eastern Marine ซึ่งมีความพอใจอยู่ในระดับ มากอยู่ที่ร้อยละ 80

#### เส้นทางสหรัฐอเมริกา

ปัจจัย	สายเรือที่ได้รับความนิยมพึงพอใจสูงสุด	% ความพอใจ
ราคา	China Shipping , Hanjin	80 (มาก)
การเคลมสินค้า	Maersk Line	72 (ปานกลาง)
ความตรงต่อเวลา	Maersk Line	82 (มาก)
การบริการก่อน-หลัง	Yang Ming	80 (มาก)

สำหรับเส้นทางสหรัฐอเมริกา นั้นสายเรือที่ได้รับความนิยมพึงพอใจสูงสุดในด้านราคา มีจำนวน 2 สาย คือ China Shipping และ Hanjin โดยได้รับการประเมินความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมาก คือ ร้อยละ 80 , ส่วนสายเรือ Maersk Line ได้รับความนิยมพอใจด้านการเคลมสินค้าในระดับปานกลาง และถูกประเมินความพอใจในเรื่องความตรงต่อเวลาอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความพอใจที่ร้อยละ 72 และ 82 ตามลำดับ ส่วนการประเมินด้านการบริการก่อน และหลัง สายเรือ Yang Ming ได้รับความนิยมพอใจมาก ซึ่งมีระดับความพอใจร้อยละ 80

### เส้นทางเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Asean)

ปัจจัย	สายเรือที่ได้รับความนิยมพึงพอใจสูงสุด	% ความพอใจ
ราคา	CMA CGM	72 (ปานกลาง)
การเคลมสินค้า	OOCL	70 (ปานกลาง)
ความตรงต่อเวลา	Mitsui	73.3 (ปานกลาง)
การบริการก่อน-หลัง	K-Line	76.6 (ปานกลาง)

สำหรับเส้นทางในสายเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน สายเรือที่ได้รับความนิยมพึงพอใจสูงสุดในด้านราคาคือ CMA CGM ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 72 , ส่วนด้านการเคลมสินค้าสายเรือที่ได้รับความนิยมพอใจสูงสุดคือ OOCL ซึ่งมีความพอใจที่ระดับปานกลาง ร้อยละ 70 และด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการสายเรือที่ถูกประเมิน และมีระดับความพึงพอใจปานกลาง อยู่ที่ร้อยละ 73.3 คือสายเรือ Mitsui O.S.K และสุดท้ายในด้านของการบริการก่อน และหลังสายเรือที่ได้รับความนิยมพอใจปานกลาง คือ K-Line โดยมีระดับความพอใจร้อยละ 76.6

### เส้นทางเอเชียตะวันออก

ปัจจัย	สายเรือที่ได้รับความนิยมพึงพอใจสูงสุด	% ความพอใจ
ราคา	OOCL	71.1 (ปานกลาง)

การเคลมสินค้า	Hyundai	70 (ปานกลาง)
ความตรงต่อเวลา	NYK	77 (ปานกลาง)
การบริการก่อน-หลัง	NYK	78 (ปานกลาง)

สำหรับเส้นทางเอเชียตะวันออก สายเรือที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจสูงสุดในด้านราคา คือสายเรือ OOCL ซึ่งมีความพึงพอใจระดับปานกลาง อยู่ที่ร้อยละ 71.1 , ส่วนด้านการเคลมสินค้าสายเรือที่ได้รับการประเมินความพอใจสูงสุดคือ Hyundai ซึ่งถูกประเมินความพอใจในระดับปานกลาง อยู่ที่ร้อยละ 70 , ด้านความตรงต่อเวลา และการให้บริการก่อน และหลังการขาย สายเรือที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจสูงสุดคือสายเรือ NYK ซึ่งมีความพอใจปานกลาง อยู่ที่ร้อยละ 77 และ 78 ตามลำดับ

### เส้นทางเอเชียใต้

ปัจจัย	สายเรือที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจสูงสุด	% ความพอใจ
ราคา	Hanjin, K-Line	66.7 (ปานกลาง)
การเคลมสินค้า	Hanjin, APL, Hapag-Lloyd, Wanhai, OOCL	60 (ปานกลาง)
ความตรงต่อเวลา	Mitsui	75 (ปานกลาง)
การบริการก่อน-หลัง	K-Line	73.3 (ปานกลาง)

สำหรับเส้นทางเอเชียใต้ สายเรือที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจสูงสุดในด้านราคาคือสายเรือ Hanjin และ K-Line ซึ่งได้รับการประเมินความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือร้อยละ 66.7 , ส่วนด้านการเคลมสินค้า มีสายเรือที่ได้รับการประเมินความพอใจสูงสุดในระดับปานกลางมีหลายสายเรือ ได้แก่ Hanjin, APL, Hapag – Lloyd, Wanhai, OOCL ซึ่งมีระดับความพอใจปานกลางที่ร้อยละ 60 และด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการสายเรือที่ได้ระดับความพึงพอใจปานกลาง ที่ร้อยละ 75 คือสายเรือ Mitsui O.S.K และสุดท้ายในด้านของการบริการก่อน และหลังสายเรือที่ได้รับการประเมินความพอใจในระดับปานกลาง คือสายเรือ K-Line ซึ่งมีระดับความพอใจมาก โดยอยู่ที่ร้อยละ 73.3

### เส้นทางตะวันออกกลาง

ปัจจัย	สายเรือที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจสูงสุด	% ความพอใจ
ราคา	USAE, Evergreen	73.3 (ปานกลาง)
การเคลมสินค้า	APL, Emirates	66.7 (ปานกลาง)



ความตรงต่อเวลา	Evergreen	74.3 (ปานกลาง)
การบริการก่อน-หลัง	Mitsui	80 (มาก)

สำหรับเส้นทางตะวันออกกลาง สายเรือที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดในด้านราคาซึ่งถูกประเมินระดับความพอใจในเกณฑ์ปานกลาง ซึ่งมี 2 สายเรือคือ USAE และ Evergreen ซึ่งมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดที่ร้อยละ 73.3 , ส่วนด้านการเคลมสินค้าสายเรือที่ได้รับความพอใจสูงสุดในระดับปานกลางมี 2 อันดับคือ APL และ Emirates โดยมีความพอใจที่ร้อยละ 66.7 ส่วนด้านความตรงต่อเวลาสายเรือ Evergreen ได้รับการประเมินความพึงพอใจในระดับปานกลาง อยู่ที่ร้อยละ 74.3 และสุดท้ายในด้านของการบริการก่อน และหลังสายเรือที่ได้รับความพอใจในระดับมาก คือ Mitsui O.S.K อยู่ที่ร้อยละ 80

### เส้นทางยุโรป

ปัจจัย	สายเรือที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด	% ความพอใจ
ราคา	OOCL	100 (มากที่สุด)
การเคลมสินค้า	APL, K-Line	80 (มาก)
ความตรงต่อเวลา	OOCL	90 (มาก)
การบริการก่อน-หลัง	OOCL	90 (มาก)

สำหรับเส้นทางยุโรป สายเรือที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจในด้านราคาสูงเป็นอันดับหนึ่งคือสายเรือ OOCL ซึ่งมีได้รับการประเมินความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือร้อยละ 100 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการสายเรือ OOCL ในเส้นทางยุโรปมีความพอใจมากที่สุดในเรื่องราคาของสายเรือ OOCL , ส่วนด้านการเคลมสินค้าสายเรือที่ได้รับความพอใจในระดับมาก มี 2 สายเรือคือ APL และ K-Line โดยมีระดับความพอใจร้อยละ 80 ส่วนการประเมินความพอใจใน 2 ด้านที่เหลือได้แก่ ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ และการให้บริการก่อนและหลัง สายเรือที่ได้ระดับความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาถึงร้อยละ 90 คือสายเรือ OOCL

### เส้นทางในแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน

ปัจจัย	สายเรือที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด	% ความพอใจ
ราคา	Safmarine	80 (มาก)
การเคลมสินค้า	Maersk	64 (ปานกลาง)
ความตรงต่อเวลา	Safmarine	90 (มาก)

สำหรับเส้นทางเมดิเตอร์เรเนียน สายเรือที่ได้รับความนิยมสูงกว่าสายเรืออื่นๆ ในด้านราคา คือสายเรือ Safmarine โดยมีระดับความพึงพอใจมาก อยู่ที่ร้อยละ 80 , ส่วนด้านการเคลมสินค้าสายเรือที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ Maersk ซึ่งมีระดับความพอใจปานกลาง ที่ร้อยละ 64 , ด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการสายเรือที่ได้ระดับความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดที่ร้อยละ 90 คือสายเรือ Safmarine และสุดท้ายในด้านของการบริการก่อน และหลังสายเรือที่ได้รับความนิยมสูงสุดมี 3 สายเรือได้แก่ Safmarine, Evergreen และ Hapag Lloyd ซึ่งมีระดับความพอใจอยู่ในระดับปานกลางที่ร้อยละ 70

#### ตารางแสดงผลความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของสายเรือสำหรับแต่ละเส้นทาง

เส้นทาง	อันดับ	ราคา	การเคลมสินค้า	คามตรงต่อเวลา	การบริการก่อน-หลัง
Africa	1	Safmarine	K-Line	Eastern Marine	Mitsui , Eastern
	2	Mitsui	APL	Maersk Line	Hyundai
USA	1	China Shipping, Hanjin	Maersk Line	Maersk Line	Yang Ming
	2	Evergreen	Evergreen, Hapag-Llod	Hanjin, Zim	Mitsui, Zim
Asean	1	CMA CGM	OOCL	Mitsui	K-Line
	2	MSC, KMTC, RCL	CMA CGM	Maersk Line	CMA CGM
East Asia	1	OOCL	Hyundai	NYK	NYK
	2	Mitsui	NYK	Maersk Line	K-Line
South Asia	1	Hanjin, K-Line	Hanjin, APL, Hapag-Lloyd, Wanhai, OOCL	Mitsui	K-Line
	2	NYK	NYK	NYK	Mitsui
Middle East	1	USAE, Evergreen	APL, Emirates	Evergreen	Mitsui
	2	Emirates, Zim	Evergreen, Maersk Line	Mitsui, Zim, UASE	UASE
Europe	1	OOCL	APL, K-Line	OOCL	OOCL
	2	Mitsui, NYK	Maersk, Mitsui	NYK , Yang Ming	NYK
Mediterranean	1	Safmarine	Maersk	Safmarine	Safmarine , Hapag Lloyd, Evergreen
	2	MSC	Maersk Line	Evergreen, Yang Ming	Maersk

## ๑ ความสัมพันธ์ระหว่างความนิยมในการใช้บริการสายเรือ และความพึงพอใจต่อการบริการในแต่ละเส้นทาง

ตามที่ได้วิเคราะห์ การเลือกใช้บริการของสายเรือในแต่ละเส้นทาง และวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการให้บริการแต่ละด้านของสายเรือ ซึ่งพบว่าสายเรือที่ได้มีผู้เลือกใช้บริการมากที่สุดในแต่ละเส้นทางนั้น อาจจะไม่ใช่สายเรือที่ได้รับการประเมินระดับความพึงพอใจในการบริการสูงสุดก็ได้ ดังนั้นสภาผู้ส่งออก ได้จัดทำตารางเพื่อแสดงถึงสายเรือที่ผู้ส่งออกได้เลือกใช้บริการในแต่ละเส้นทาง กับสายเรือที่ได้รับการประเมินระดับความพอใจสูงสุดสำหรับแต่ละเส้นทาง เพื่อจะเป็นข้อมูลเปรียบเทียบให้กับสมาชิกผู้ส่งออกใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยผลของการสำรวจปรากฏตามตารางดังนี้

ตารางแสดงผลการเลือกใช้บริการสายเรือ และความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของสายเรือในเส้นทางต่างๆ

อันดับ	สายเรือที่มีการใช้บริการสูงสุด	ความพึงพอใจในด้านการบริการ			
		ราคา	การเคลมสินค้า	ความตรงต่อเวลา	การบริการ
Africa	Maersk Line	Safmarine	K-Line	Eastern Marine	Mitsui , Eastern
US	NYK, OOCL	China Shipping, Hanjin	Maersk Line	Maersk Line	Yang Ming
Aseab	Maersk Line	CMA CGM	OOCL	Mitsui	K-Line
East Asia	K-Line, Mitsui, NYK	OOCL	Hyundai	NYK	NYK
South Asia	NYK	Hanjin, K-Line	Hanjin, APL, Hapag-Lloyd, Wanhai, OOCL	Mitsui	K-Line
Middle East	Maersk Line	USAE, Evergreen	APL, Emirates	Evergreen	Mitsui
Europe	Maersk Line	OOCL	APL, K-Line	OOCL	OOCL
Mediterranean	Maersk Line	Safmarine	Maersk	Safmarine	Safmarine , Hapag Lloyd, Evergreen

จากตารางจะสรุปรายละเอียดในแต่ละเส้นทางได้ดังนี้

เส้นทางแอฟริกา: สายเรือที่มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุดคือ สายเรือ Maersk Line แต่การประเมินความพึงพอใจในการให้บริการในแต่ละด้านกลับเป็นของสายเรืออื่นๆ โดยด้านราคาคือ สายเรือ Safmarine, ด้านการเคลมสินค้า คือสายเรือ K-Line , ด้านความตรงต่อเวลาในการขนส่ง เป็น

ของสายเรือ Eastern Marine และด้านการบริการก่อน-หลังการขาย เป็นของสายเรือ Mitsui และ Eastern

เส้นทางสหรัฐอเมริกา : สายเรือที่มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุดได้แก่ สายเรือ NYK และสายเรือ OOCL ส่วนการประเมินความพึงพอใจสูงสุดในการด้านราคาคือ China Shipping และ Hanjin ส่วนสายเรือ Maersk Line ได้รับความพอใจในเรื่องการเคลมสินค้า และความตรงต่อเวลา และสุดท้ายการให้บริการก่อน-หลังการขาย สายเรือที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ Yang Ming

เส้นทางอาเซียน : สายเรือที่มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุดคือ Maersk Line ส่วนการประเมินความพึงพอใจสูงสุดในด้านราคา ,การเคลมสินค้า, ความตรงต่อเวลา และด้านการบริการก่อน-หลังการขายได้แก่ สายเรือ CMA CGM, สายเรือ OOCL , สายเรือ Mitsui และสายเรือ K-Line ตามลำดับ

เส้นทางเอเชียตะวันออก : สายเรือที่มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุดมี 3 สายเรือได้แก่ K-Line, Mitsui และ NYK ซึ่งสายเรือ NYK นั้นนอกจากจะเป็นสายเรือที่มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุดแล้ว ในแง่ของความพึงพอใจในด้านความตรงต่อเวลา และด้านการบริการก่อน-หลังการขาย ก็ยังเป็นสายเรือที่ได้รับการประเมินสูงสุด ส่วนด้านราคานั้นสายเรือ OOCL ได้รับการประเมินสูงสุด และความพอใจในการเคลมสินค้าคือสายเรือ Hyundai

เส้นทางเอเชียใต้ : สายเรือที่มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุดคือ NYK ส่วนด้านความพึงพอใจในเรื่องราคาสายเรือ Hanjin และ K-Line กลับได้รับการประเมินความพอใจสูงสุด และในการเคลมสินค้าสายเรือมีหลายสายเรือที่ได้รับความพอใจสูงสุดได้แก่ Hanjin, APL, Hapag-Lloyd, Wanhai และOOCL ด้านความตรงต่อเวลาสายเรือ Mitsui ถูกประเมินสูงสุด และด้านการบริการก่อน-หลังการขายสายเรือ K-Line ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

เส้นทางตะวันออกกลาง : สายเรือ Maersk Line เป็นสายเรือที่มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนด้านการบริการสายเรือที่ได้รับความพึงพอใจในเรื่อง ราคา คือสายเรือ USAE และ Evergreen, ด้านการเคลมสินค้าสายเรือ APL และ Emirates Shipping, ด้านความตรงต่อเวลา คือสายเรือ Evergreen และด้านสุดท้ายเรื่องการบริการก่อน-หลังการขายสายเรือที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ Mitsui

เส้นทางยุโรป : สายเรือที่มีผู้สงออกเลือกใช้บริการสูงสุดคือ Maersk Line แต่ในด้านความพึงพอใจในด้านราคา, ความตรงต่อเวลา และด้านการบริการก่อน-หลังการขายสายเรือที่ได้รับการประเมินระดับความพอใจสูงสุดคือ OOCL และด้านการเคลมสินค้าสายเรือ APL และ K-Line ได้รับความพอใจสูงสุด

เส้นทางเมดิเตอร์เรเนียน : สายเรือ Maersk Line เป็นสายเรือที่มีผู้ใช้บริการสูงสุดในเส้นทางเมดิเตอร์เรเนียน รวมทั้งการประเมินความพึงพอใจก็พบว่า Maersk ก็ได้รับคะแนนความพึงพอใจในการเคลมสินค้า สูงเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน แต่ทั้งนี้ในด้านราคา และความตรงต่อ

เวลา สายเรือ Safmarine ได้รับการประเมินเป็นอันดับหนึ่ง และสุดท้ายเรื่องการบริการก่อน-หลังการขายสายเรือที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจอันดับหนึ่งคือ Safmarine, Hapag-Lloyd และ Evergreen

ดังนั้นจากข้อมูลในตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า สายเรือหนึ่งแม้จะได้ได้รับเลือกกว่า เป็นสายเรือที่มีผู้เลือกใช้บริการสูงสุด แต่ไม่ได้หมายความว่าสายเรือดังกล่าวจะได้รับการประเมินความพึงพอใจในด้านต่างๆ สูงเช่นกัน ดังนั้นหากผู้ส่งออกจะนำข้อมูลดังกล่าวไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายเรือ จึงต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่บริษัท นั้นๆ ให้ความสำคัญในลำดับต้นๆ เช่นหากบริษัท ก. จะส่งสินค้าไปในเส้นทางยุโรป โดยบริษัท ก. ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องความตรงต่อเวลาของสายเรือเป็นอันดับ 1 ดังนั้นบริษัท ก. อาจจะติดต่อไปยังสายเรือ OOCL แต่อย่างไรก็ตาม ก็มีความเป็นไปได้ที่สายเรือ OOCL จะไม่มีกำหนดการวิ่งของเรือไปในช่วงที่บริษัท ก. ต้องการดังนั้นการพิจารณาเลือกใช้สายเรือก็ต้อง เปลี่ยนไปใช้สายเรืออื่นๆ แทน เป็นต้น

#### ๑ ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็น

ผลจากการสำรวจข้อคิดเห็นจากผู้ส่งออก พบว่าผู้ส่งออกได้มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการ ให้บริการของสายเรือในเรื่องต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปรวบรวมได้ดังนี้

- สายเรือบางสายมีการเรียกเก็บค่าบริการสูงกว่าสายเรืออื่นๆ เช่นค่า THC และสายเรือมีการปรับเปลี่ยนราคาค่อนข้างบ่อย โดยเฉพาะในเส้นทางสหภาพยุโรป ซึ่งอัตราค่า ระวังมีการแกว่งตัวค่อนข้างมาก นอกจากนี้บางสายเรือได้มีการแจ้งล่วงหน้าในการ เรียกเก็บค่า Peak Season
- ในเส้นทางยุโรป ค่าบริการสูงมาก และมีจำนวนตู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ เกิดการแย่ง Space ซึ่งทำให้ค่าธรรมเนียมปรับตัวสูงขึ้น
- อยากให้มีการยืดหยุ่นเวลาในการรับและคืนตู้ของสายเรือ รวมไปถึงการทำงานในช่วง วันหยุด
- สายเรือหลายๆ สายมักจะ Delay ซึ่งหากสายเรือมีการ Delay Schedule ควรจะต้องให้ สายเรือแจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับผู้ส่งออกทราบ หรือแจ้งผ่าน Forwarder ให้ทราบ โดยด่วน เนื่องจากต้องทำเอกสาร Invoice Packing List ในการยืนยันฟอร์มต่าง ๆ ซึ่ง เอกสารต้องตรงกับ B/L ทำให้บริษัทผู้ส่งออกต้องทำการแก้ไขเอกสารใหม่ให้ถูกต้อง ตาม B/L
- หลังจากตู้สินค้าถูกบรรทุกขึ้นเรือไปแล้ว หากมีการเปลี่ยนชื่อเรือ หรือเปลี่ยนข้อมูลใดๆ ที่สำคัญ สายเรือควรต้องรีบแจ้งให้ผู้ส่งออกทราบเพราะเกี่ยวข้องกับเอกสารและพิธี ศุลกากรหลายอย่าง

- สายเรือหลายๆ สายไม่มีช่องทางการติดต่อผ่านระบบ Internet ซึ่งต้องติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งพบว่าติดต่อค่อนข้างยาก
- การประสานงาน-ส่งข้อมูล (Container Booking ) ระหว่าง Office สายเรือ กับ ลานตู้คอนเทนเนอร์ควรจะ update กันอย่างรวดเร็ว-หลายครั้ง หัวลากไปรับตู้ แต่ booking ยังไม่มาถึงลาน
- สายเรือ ควรคำนึงถึงการบริการที่ดี เพราะปกติแล้วสายเรือมักจะไม่ค่อยดูแลลูกค้าและไม่ค่อยช่วยแก้ไขปัญหาโดยเฉพาะ shipment Dominate
- บริการหลังการขายระหว่าง booking direct กับ booking ผ่าน forwarder จะมีข้อแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดเจน คือ เริ่มจากออกไปตราส่งไปจนกระทั่งถึงค่าบริการ การบริการทาง forwarder จะติดตามและสนใจใน shipment ดีมาก ซึ่งจะต่างกับที่ booking direct ไม่ว่าจะมีความรวดเร็วตอบรับเอกสาร cfm.booking/ ออกเอกสารใบตราสินค้า/ ออกใบแจ้งหนี้ ค่อนข้างล่าช้า และต้องทวงถามอยู่ตลอด
- บริษัทฯ พบว่าสภาพตู้สินค้าที่สายเรือนำมาใช้ และให้ผู้ส่งออกนำไปบรรจุสินค้าที่โรงงาน พบว่าตู้ดังกล่าวอยู่ในสภาพที่เก่า และชำรุด เช่นเป็นสนิม มีรูรั่ว และขอบยางหมดสภาพ รวมทั้งลานรับตู้ค่อนข้างแน่น โดยเฉพาะที่ลาดกระบ้ง
- ค่าธรรมเนียม seal ทำไม่มี Agent บางรายยังไม่มีเรียกเก็บ และหลาย Agent มีการเรียกเก็บจากผู้ส่งออกแล้ว
- สายเรือน่าจะตรวจสอบตู้ Container ให้อยู่ในสภาพที่ดีก่อนจะปล่อยตู้ออกมาให้ shipper ซึ่งการที่สายเรือผลักระให้คนขับหัวลากตรวจสอบก่อนเอาตู้ออกมานั้น ไม่ถูกต้องนัก เนื่องจากคนขับรถจะมีเวลาตรวจสอบสภาพตู้ได้อย่างไร ในเมื่อมีเวลาจำกัดต้องรีบออกมาจากลาน และสายเรือกว่าจะส่งเจ้าหน้าที่มาซ่อมตู้จะต้องเสียเวลาเป็นวันสำหรับ Shipper มีอยู่ต่างจังหวัด

### ๑ ข้อจำกัดในการวิเคราะห์

1. แบบสอบถามนั้น ไม่ได้ให้สมาชิกผู้ส่งออก ระบุเทอมของการส่งออก ซึ่งในเชิงการวิเคราะห์ เทอมของการส่งออกจะมีผลต่อการแปลผล เนื่องจาก หากบริษัทส่งออกสินค้าในเทอม FOB โดยลูกค้าปลายทางเป็นผู้จ่ายค่าขนส่ง และติดต่อเลือกใช้บริการสายเรือ ดังนั้นการให้คะแนนความพึงพอใจบางด้าน เช่นการเคลมสินค้า หรือการบริการก่อน และหลังการขาย อาจจะไม่สามารถประเมินได้ เป็นต้น
2. แบบสอบถาม ต้องการประเมินความพึงพอใจในการให้บริการสายเรือ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามบางรายใช้บริการผ่าน Forwarder ดังนั้นอาจมีความสับสนในการประเมินความพึงพอใจในบางเรื่อง เช่นการให้บริการก่อน-หลัง, ความตรงต่อเวลา ซึ่งจะประเมินได้ยาก เนื่องจากมีความคาบเกี่ยวกันระหว่างสายเรือ และ Forwarder ดังนั้นอาจทำให้การวิเคราะห์ผิดพลาดได้

3. ไม่ได้สอบถามว่าผู้ส่งออกใช้บริการสายเรือโดยตรง หรือใช้บริการผ่าน Forwarder ดังนั้นการที่ผู้ส่งออกบางรายได้ใช้บริการผ่าน Forwarder ซึ่งการประเมินความพึงพอใจในการให้บริการนั้น อาจรวมถึงการให้บริการของ Forwarder ด้วย
4. ผลการวิเคราะห์ในส่วนของการเลือกใช้บริการสายเรือ อาจจะไม่สะท้อนคุณภาพในการให้บริการของสายเรือต่างๆ เนื่องจากบางครั้งผู้ส่งออกมิได้เป็นผู้เลือกสายเรือในการขนส่งสินค้า เนื่องจากขายสินค้าในเทอม FOB ดังนั้นลูกค้าปลายทางจะเป็นผู้กำหนดสายเรือในการขนส่ง ดังนั้น ความนิยมของสายเรือบางสายอาจจะมีทางเลือกใช้บริการมาก เนื่องจากเหตุผลดังกล่าวได้
5. การส่งแบบสอบถามให้สมาชิกในครั้งนี้ เมื่อนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาแยกตามกลุ่มอุตสาหกรรมแล้วพบว่า มีทั้งสิ้น 16 กลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งสมาชิก สรท. มีอุตสาหกรรมทั้งสิ้น 25 กลุ่มอุตสาหกรรม ทำให้การวิเคราะห์ดังกล่าวไม่ครอบคลุมในทุกๆ อุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะมีผลต่อการวิเคราะห์ได้
6. ในกรณีที่สายเรือบางสาย พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งได้ใช้บริการเพียง 1 บริษัท นั้น ผลการประเมินความพึงพอใจของสายเรือ จากบริษัทดังกล่าว นั้น จะไม่สามารถนำข้อมูลไปเปรียบเทียบความพึงพอใจกับสายเรืออื่นๆ ที่มีผู้ประเมินหลายๆ รายได้ เนื่องจากจะทำให้การแปลผลผิดพลาดได้ แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจในกรณีที่สายเรือดังกล่าวมีผู้ใช้บริการเพียงรายเดียว จะสามารถนำเสนอในแง่ Description ได้ แต่ไม่สามารถนำไปเปรียบเทียบด้านการบริการกับสายเรืออื่นๆ ได้
7. แบบสอบถามที่รวบรวมได้มีจำนวนทั้งสิ้น 53 ชุด ซึ่งแม้จะเพียงพอที่จะสรุปผลโดยถือว่าเป็นตัวแทนของกลุ่มสมาชิกสรท. ทั้งหมด แต่หากสามารถเก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้จำนวนมากขึ้นแล้ว จะทำให้การแปลผลมีความถูกต้องและแม่นยำเพิ่มขึ้น

**ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการสายเรือ (Liner) และ  
บริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Forwarder)**

โดย สมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่พึ่งพาการส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศ โดยปัจจุบันมูลค่าการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศนั้นมีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนถึง 70% ของ GDP และกว่า 90% ของการส่งออกสินค้าทั้งหมดเป็นการส่งออกสินค้าทางเรือ ซึ่งที่ผ่านมาผู้ส่งออกซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย หรือ สมาคมผู้ส่งออกฯ ต่างก็เคยประสบปัญหานานัปการประการในการใช้บริการบริษัทสายเรือ และบริษัทผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ที่ไม่มีคุณภาพ ดังนั้น เพื่อให้ผู้ส่งออกสามารถเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะช่วยหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากการให้บริการที่ไม่มีคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน สมาคมผู้ส่งออกฯ จึงได้ทำการค้นคว้าข้อมูลจากหลายๆ แหล่ง อาทิ วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าทางเรือ , หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ Forwarder หรือแม้แต่การรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ และจัดทำสรุปหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการสายเรือ (Liner) และผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Forwarder) เพื่อให้ผู้ส่งออกได้ใช้เป็นข้อพิจารณาในการเลือกใช้บริการ

**๐ ข้อควรพิจารณาในการเลือกใช้บริการสายเรือ (Liner)**

ผู้ส่งออกควรจะต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ทางด้านการบริการของสายเรือที่มีความเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้าด้านการขนส่ง ดังนี้

**1. ระยะเวลาการขนส่ง (Transit time)**

พิจารณาสายเรือที่มีระยะเวลาการขนส่งที่สั้นที่สุด (Minimum Transport time) กรณีที่ลูกค้าปลายทางต้องการการขนส่งที่รวดเร็ว ผู้ส่งออกต้องทำการพิจารณาว่า Transit time ของแต่ละสายเรือไปยังท่าเรือปลายทางมีระยะเวลาเท่าไร โดยถ้า Transit time สั้นถือว่าตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

**2. จำนวนท่าเรือที่สายเรือใช้ในการถ่ายลำ (Number of transshipment part)**

พิจารณาสายเรือขนส่งสินค้า โดยมีการถ่ายลำน้อยที่สุด (Minimum Number of Transshipment Port) เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการถ่ายลำ อาทิ สินค้าสูญหาย, สินค้าเสียหายในระหว่างการถ่ายลำ, ความผิดพลาดจากการยกขนสินค้าผิดตู้ และการโจรกรรม หรือแม้แต่การเปลี่ยนแปลงสินค้าในตู้ในระหว่างการถ่ายลำ เป็นต้น ถ้าลูกค้าต้องการการขนส่งที่รวดเร็ว ต้องทำการพิจารณาว่าแต่ละสายเรือมีการเปลี่ยนถ่ายลำเรือกี่ครั้งก่อนจะถึงท่าเรือ



ปลายทาง โดยถ้าจำนวนท่าเรือที่ใช้สำหรับถ่ายลำยิ่งน้อยแสดงว่าตรงกับความต้องการลูกค้ามากเท่านั้น

### 3. พื้นที่ระวางบนเรือถ่ายลำ (Space of Feeder Vessel)

พิจารณาสายเรือที่มีความพร้อมของระวางเรือในการขนส่งสินค้าที่มีจำนวนมากต่อ 1 ครั้งการขนส่ง (Availability of Big lot shipment) ถ้าลูกค้าต้องการขนส่งสินค้าจำนวนมากต่อ ครั้งการขนส่ง ต้องทำการพิจารณาว่าแต่ละสายเรือมีพื้นที่ระวางบนเรือถ่ายลำ (Feeder) เท่าไร โดยถ้ามีพื้นที่ระวางบนเรือถ่ายลำมาก แสดงว่าตรงกับความต้องการของลูกค้ามากเท่านั้น

นอกจากนั้น ถ้าลูกค้าต้องการและให้ความสำคัญกับเรื่องของวันเรือออกจากท่าเรือต้นทาง (ETD Concern) ว่าต้องตรงกับวันที่แจ้งไว้ล่วงหน้า หรือ ให้ความสำคัญกับวันเรือถึงท่าเรือที่ปลายทาง (ETA Concern) ว่าต้องตรงกับวันที่แจ้งไว้ล่วงหน้า ผู้ส่งออกก็ต้องทำการพิจารณาว่าแต่ละสายเรือมีพื้นที่ระวางบนเรือถ่ายลำ (Feeder) เท่าไร โดยถ้ามีพื้นที่ระวางบนเรือถ่ายลำมาก ย่อมทำให้สามารถส่งออกได้ตามวันที่ระบุไว้ล่วงหน้า และสามารถส่งสินค้าถึงท่าเรือปลายทางได้ตามวันที่ระบุไว้ล่วงหน้า เช่นกัน

### 4. พื้นที่ระวางบนเรือแม่ (Space of Mother Vessel)

ผู้ส่งออกต้องพิจารณาความพร้อมของระวางเรือในการขนส่งสินค้าที่มีจำนวนมากต่อ 1 ครั้งการขนส่ง (Availability of Big lot shipment) ถ้าลูกค้าต้องการขนส่งสินค้าจำนวนมากต่อ ครั้งการขนส่ง ต้องทำการพิจารณาว่าแต่ละสายเรือมีพื้นที่ระวางบนเรือแม่ (Mother Vessel) เท่าไร โดยถ้ามีพื้นที่ระวางบนเรือแม่มาก แสดงว่าสามารถรับสินค้าที่ขนส่งต่อครั้งได้มาก ซึ่งถือว่าตรงกับความต้องการของลูกค้ามากเท่านั้น

และเช่นเดียวกับพื้นที่ระวางบนเรือถ่ายลำ ถ้ามีพื้นที่ระวางบนเรือแม่มากก็ย่อมจะสามารถส่งออกได้ตามวันที่ระบุไว้ล่วงหน้า และสามารถส่งสินค้าถึงท่าเรือปลายทางได้ตามวันที่ระบุไว้ล่วงหน้า เพราะความเป็นไปได้ในการที่สินค้าจะตกเรือก็จะน้อยลง

### 5. จำนวนตู้คอนเทนเนอร์ (Container Availability)

ถ้าลูกค้าปลายทางต้องการขนส่งสินค้าจำนวนมากต่อครั้งการขนส่ง ผู้ส่งออกก็ต้องทำการพิจารณาว่าแต่ละสายเรือมีจำนวนตู้เท่าไรสำหรับท่าเรือปลายทางนั้น โดยถ้ามีจำนวนตู้มาก ย่อมสามารถขนส่งสินค้าต่อครั้งการขนส่งได้มาก และถ้ามีจำนวนตู้มาก ย่อมสามารถขนส่งสินค้าได้ตามวันเรือออกที่แจ้งไว้ล่วงหน้า รวมถึงสามารถขนส่งสินค้าได้ตามวันเรือออกที่แจ้งไว้ล่วงหน้าด้วย

นอกจากนี้ในประเด็นเรื่องจำนวนตู้ที่ให้บริการแล้ว สิ่งสำคัญอีกประการในการพิจารณาประกอบคือ ความสะอาด และความสมบูรณ์ของตู้คอนเทนเนอร์ ที่สายเรือนำมาให้บริการ ซึ่งสายเรือควรจะต้องมีหน้าที่เตรียมตู้ที่มีสภาพพร้อมใช้งานให้แก่ผู้ส่งออก ดังนั้นเรื่องความ

สะอาดของตู้, สภาพตู้ที่ไม่ชำรุด และความแข็งแรงของตู้คอนเทนเนอร์ก็เป็นอีกประเด็นที่ผู้ส่งออกต้องให้ความสำคัญเช่นกัน

## **6. การเลื่อนของวันเรือออก (ETD Postponement)**

ความตรงต่อเวลาในการส่งสินค้าออกจากท่าเรือต้นทาง (ETD Concern) เป็นเรื่องสำคัญ ถ้าลูกค้าต้องการหรือให้ความสำคัญกับวันเรือออก ต้องทำการพิจารณาจากข้อมูลในอดีตว่า มีการเลื่อนวันเรือออกจากที่แจ้งไว้ล่วงหน้าตอนจองระวางเรือมากน้อยเพียงใด โดยถ้าการเลื่อนวันเรือออกมากแสดงว่าสามารถส่งสินค้าได้ตามที่แจ้งไว้ได้น้อยเท่านั้น และส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของเอกสารจากสายเรือ (Document Accuracy) ด้วย เพราะเมื่อมีการเลื่อนวันเรือออกจากที่แจ้งไว้มาก ก็ต้องทำการแก้ไขเอกสารในการส่งออกเช่นกัน ทำให้เสียเวลาทั้งของผู้ส่งออกและลูกค้าปลายทาง และการที่สายเรือมักจะเลื่อนวันเรือออกนั้น ยังอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ส่งออกด้วย เนื่องจากหากสินค้าไปถึงลูกค้าคลาดเคลื่อนบ่อยครั้ง อาจส่งผลในความสัมพันธ์ที่มีต่อบริษัทส่งออกได้

## **7. การเลื่อนของวันเรือถึง (ETA Postponement)**

ถ้าลูกค้าต้องการการขนส่งที่รวดเร็ว ต้องทำการพิจารณาจากข้อมูลในอดีตว่ามีการเลื่อนวันเรือถึงจากที่แจ้งไว้ล่วงหน้ามากน้อยเพียงใดด้วย ถ้ามีการเลื่อนวันเรือถึงมาก ย่อมทำให้ระยะเวลาการขนส่งล่าช้ากว่าที่แจ้งไว้ล่วงหน้าและไม่สามารถส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนดเวลา

นอกจากนั้น ยังส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของเอกสารจากสายเรือ (Document Accuracy) เพราะถ้ามีการเลื่อนวันเรือถึงมาก แสดงว่าความถูกต้องของเอกสารลดลงเพราะทั้งผู้ส่งออกและลูกค้าเองต้องทำการแก้ไขเอกสารใหม่เพื่อทำการเปลี่ยนวันเรือถึงในระบบและเอกสารทั้งหมด

## **8. ความผิดพลาดของเอกสาร (Document Error)**

ความถูกต้องของเอกสารจากสายเรือ (Document Accuracy) ถ้าลูกค้ามีความต้องการหรือให้ความสำคัญกับความถูกต้องของเอกสาร ต้องทำการพิจารณาจากข้อมูลในอดีตว่าทางสายเรือมีการทำเอกสารผิดพลาดมากน้อยเพียงใด ถ้ามีการทำเอกสารผิดพลาดมาก ถือว่าความถูกต้องของเอกสารน้อยเท่านั้น

## **9. จำนวนวัน Free time ที่ท่าเรือปลายทาง (Free time at Destination)**

ความต้องการ Free time ที่ปลายทางให้ได้มากที่สุด (Maximum Free time at destination) ถ้าลูกค้าต้องการจำนวน Free time ที่ท่าเรือปลายทางมาก ต้องทำการพิจารณาจากข้อมูลใน

อดีตว่าแต่ละสายเรือสามารถให้ Free time ได้กี่วัน ถ้ายิ่งให้ได้มาก ย่อมตรงตามความต้องการของลูกค้ามากเท่านั้น

## ๐ ปัจจัยในการเลือกใช้ผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) ที่ดี

ในกรณีที่ผู้ส่งออกไม่สามารถดำเนินการติดต่อซื้ออระวางเรือโดยตรงกับสายเรือได้ ไม่ว่าจะ เป็นกรณีที่เป็นส่งออกสินค้าแบบไม่เต็มตู้ หรือ LCL (Less than Container Load) หรือ กรณีที่ต้องการใช้บริการในการส่งออกอื่นๆ ด้วย เช่น การจัดทำเอกสารการส่งออก การผ่านพิธี การทางด้านภาษีอากร ฯลฯ ผู้ส่งออกก็จะไปใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่าง ประเทศ หรือ Freight Forwarder

**ทั้งนี้ โดยทั่วไปแล้วหน้าที่ของผู้รับจัดการขนส่งมีดังต่อไปนี้**

1. **รวบรวมสินค้า** ผู้รับจัดการขนส่งจะรวบรวมสินค้าของผู้ส่งสินค้านรายเล็ก ซึ่งมีเส้นทางการขนส่งสินค้าเดียวกันให้เป็นสินค้าจำนวนมาก แล้วจึงทำการจัดส่งไปพร้อมกัน หรือ รวบรวมสินค้าที่เป็นหีบห่อของผู้ขนส่งสินค้าแต่ละราย ดำเนินการบรรจุใส่ตู้สินค้าเพื่อนำส่งให้แก่ผู้ขนส่งต่อไป
2. **วางแผนการขนส่ง** ผู้รับจัดการขนส่งจะช่วยผู้ส่งสินค้าวางแผนการขนส่งในเส้นทาง (Route) และรูปแบบ (Mode) ของการขนส่งที่รวดเร็วและประหยัดที่สุด และมีการให้คำแนะนำแก่ผู้ส่งสินค้าในการเลือกผู้ขนส่ง
3. **บริการเกี่ยวกับการค้า** ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าสามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเอกสารทางการค้า ระเบียบข้อบังคับทางการค้าต่างๆ รับดำเนินการพิธีการศุลกากรทั้งขาเข้า และขาออก จัดหาประกันภัย และช่วยจัดการเรื่องต่างๆเกี่ยวกับเอกสาร เป็นต้น
4. **บริการอื่นๆ เกี่ยวกับสินค้า** ผู้รับจัดการขนส่งยังสามารถให้คำปรึกษา หรือช่วยจัดการเรื่องการจัดหีบห่อ (Packing) และการบรรจุ (Stuffing) สินค้าเข้าตู้สินค้า การขนถ่ายสินค้าหน้าท่า การเก็บรักษาสินค้าในโรงพักสินค้าที่ท่าเรือ ตลอดจนการนำสินค้าออกจากท่าเรือ หรือการขนส่งสินค้าไปยังท่าเรือด้วย

### **หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้รับจัดการขนส่ง**

1. **ต่อผู้ส่งสินค้า** : ผู้รับจัดการขนส่งมีหน้าที่และความรับผิดชอบเป็นตัวแทนที่จะต้องใช้ความระมัดระวังและมีมือในการดำเนินการปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้ส่งสินค้า ถ้าละเว้นไม่ทำตามหน้าที่ของตนถือว่ากระทำผิดหน้าที่ ถ้าเกิดความเสียหายกับสินค้าแล้ว ผู้รับจัดการขนส่งจะต้องมีความรับผิดชอบ หน้าที่ของผู้รับจัดการขนส่งต้องกระทำนั้นจะระบุไว้ในสัญญา

(Forwarders' Standard Form Contract) ซึ่งในสัญญาอาจจะระบุข้อยกเว้นความรับผิด หรือ ข้อจำกัดความรับผิดเอาไว้

2. **ต่อบุคคลอื่น** : ผู้รับจัดการขนส่งถือเป็นตัวแทน ซึ่งกระทำการแทนตัวการ ดังนั้น ตัวแทนไม่ต้องรับผิดเป็นการส่วนตัวต่อบุคคลที่ 3 ตัวการ หรือ ผู้ส่งสินค้าต้องรับผิดต่อบุคคลที่สาม ถ้าตัวแทนได้กระทำไปภายในขอบอำนาจของสัญญาตัวแทน แต่ถ้าผู้รับจัดการขนส่งซึ่งเป็นตัวแทนกระทำการไปนอกอำนาจของสัญญาตัวแทนแล้ว ผู้รับจัดการขนส่งเองจะต้องรับผิดต่อบุคคลที่สาม

### **ข้อควรพิจารณาในการเลือกใช้บริการผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Forwarder)**

1. มีความมั่นคง และเปิดให้บริการมาไม่น้อยกว่า 1 ปี และมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท เพราะความมั่นคงทางการเงินของผู้ประกอบการขนส่ง เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงศักยภาพการพัฒนาและการปรับปรุงบริการ สามารถลงทุนในเครื่องมือ ระบบต่างๆ ได้
2. ผู้บริหารของบริษัท ควรเป็นผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ International Transport ไม่น้อยกว่า 3 ปี
3. มีสถานที่ประกอบการเป็นหลักแหล่งและน่าเชื่อถือ
4. ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ต้องไม่มีชื่อเสียงเสื่อมเสีย
5. มีทรัพยากรที่สำคัญ เช่น บุคลากรมีความชำนาญ อุปกรณ์สำนักงานที่มีความทันสมัย เพื่อรองรับการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ติดตามแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ มีความเต็มใจในการให้บริการ มีการประสานงานภายในที่ดี และมีการประสานงานกับผู้ส่งออกได้ดี
6. พิจารณารายชื่อลูกค้าที่ใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งนั้นเป็นข้อมูลอ้างอิง
7. ความสามารถในการบริการที่ครบวงจรด้านการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือ ด้านโลจิสติกส์ มีเครือข่ายผู้ให้บริการขนส่งในประเทศที่ผู้ส่งออกต้องการส่งสินค้าไป
8. เอกสารที่ออกโดยผู้รับจัดการขนส่งนั้น เช่น B/L ควรระบุความรับผิด (Liability) เพื่อคุ้มครองความเสียหายต่อสินค้าให้กับลูกค้า
9. ความรับผิดต่อการให้บริการรับขนส่งสินค้า มีความจำเป็นที่ผู้รับจัดการขนส่งจะต้องมีการประกันภัยต่อสินค้าที่บรรทุก ซึ่งผู้รับจัดการขนส่งระหว่างประเทศมักจะมีประกันภัยคุ้มครองแบบเดียวกันทั่วโลก และสามารถระบุความรับผิดได้อย่างชัดเจน
10. มีค่าใช้จ่ายโดยรวมในการปฏิบัติตามคำสั่งซื้อของลูกค้าปลายทางให้น้อยที่สุด
11. มีการบริการรับสินค้า และมีความสามารถในการจัดส่งถึงที่หมายได้ตรงตามเวลา (On time) ที่กำหนด
12. มีการดูแลรักษาสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/สูญหาย ในระหว่างการดำเนินงาน
13. มีการเรียกเก็บอัตราค่าขนส่งที่สมเหตุสมผล

14. ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทาง-ปลายทาง นับจากวันที่ฝากส่งมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของลูกค้าที่ปลายทาง รวมทั้งมีความแน่นอนและตรงต่อเวลา กล่าวคือ สามารถส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลาและมีความสม่ำเสมอ
15. มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ดี ผู้ส่งออก หรือลูกค้าที่ปลายทางสามารถเช็คสถานะของสินค้าได้ว่าอยู่ที่ไหน
16. ไม่มีความผิดพลาดในเรื่องเอกสาร หรือหากมีก็เล็กน้อย
17. มีศูนย์บริการตามจุดต่างๆ เช่น ท่าเรือกรุงเทพ ท่าเรือแหลมฉบัง ลาดกระบัง ฯลฯ เพื่อง่าย และสะดวกในการติดต่อ
18. การจัดส่งและการเก็บเงินมีความถูกต้องตามรายการ
19. มีการชดเชยค่าเสียหายในกรณีที่เกิดความสูญหายและเสียหายในระหว่างการจัดส่งโดยไม่บิดพลิ้ว
20. มีความพร้อมที่จะให้บริการในกรณีที่มีการร้องเรียนเกิดขึ้น

นอกจากนี้ ปัจจุบันรูปแบบการขนส่งสินค้าของไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การให้บริการขนส่งสินค้าหลายรูปแบบ หรือที่เรียกว่า Multimodal Transport Operator (MTO) ซึ่งหน้าที่สำคัญของ MTO จะเป็นผู้ประกอบการตัวกลางในทุกการดำเนินกิจกรรมของการขนส่งต่อเนื่องไม่ว่าจะในรูปแบบ Terminal To Terminal หรือ Door To Door ภายใต้สัญญาขนส่งฉบับเดียว ซึ่งผู้ประกอบการ MTO จะถือเสมือนเป็นตัวกลางที่เข้ามาเติมเต็มในช่วงของห่วงโซ่การขนส่ง ซึ่งมีสถานะเป็นตัวกลางที่แท้จริง ที่มีกฎหมายรองรับ สิ่งผู้ประกอบการของไทยจะต้องพิจารณา คือ บริษัทที่รับจัดการขนส่งดังกล่าว จะต้องขึ้นทะเบียน MTO กับกรมเจ้าท่า ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ส่งออกได้ในระดับหนึ่งเกี่ยวกับการเรียกร้องความเสียหายเมื่อเกิดกรณีสินค้าได้รับความเสียหายในระหว่างการขนส่ง

\*\*\*\*\*

22 สิงหาคม 2554  
ฝ่าย Global Logistics & Supply Chain  
สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย