

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

การค้าระหว่างประเทศถือว่ามีบทบาทอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของทุกประเทศ ซึ่งรวมถึงประเทศไทย นโยบายทางด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลมักให้ความสำคัญกับการทำการค้าระหว่างประเทศ โดยมีการส่งเสริมให้มีการทำการค้ากับต่างประเทศ, มีการทำข้อตกลงทางการค้ากับประเทศต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งการส่งเสริมเหล่านี้จะทำให้ดุลการค้าของประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยจากภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยจากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่าในไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ.2548 พบว่าขยายตัวร้อยละ 5.3 ซึ่งสูงกว่าไตรมาสที่ 2 มีการขยายตัวเพียงร้อยละ 4.6 จากมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มมากขึ้นร้อยละ 22.7 ที่สูงกว่าการขยายตัวในครึ่งปีแรกของปีที่มีการขยายตัวร้อยละ 13.2 โดยปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 ซึ่งรวมแล้วมีมูลค่าถึง 80,778 ดอลลาร์ สรอ. ถึงแม้ว่าตัวเลขการนำเข้าของไทยจะชะลอลงก็ตาม โดยชะลอตัวลงร้อยละ 31.8 เมื่อเทียบกับสองไตรมาสแรกของปี และมีการคาดการณ์ในปี พ.ศ.2549 เศรษฐกิจของไทยมีแนวโน้มที่จะขยายตัวร้อยละ 4.7 - 5.7 จากแรงกระตุ้นของการลงทุน และทางรัฐบาลยังมีนโยบายที่จะผลักดันการส่งออกในปี พ.ศ. 2549 ให้ขยายตัวร้อยละ 17 - 18 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548)

จังหวัดเชียงใหม่ถือว่าเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจของภาคเหนือตอนบน และจากนโยบายการบริหารของรัฐบาลที่จะผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่ เป็นมหานครแห่งความมั่งคั่งตามวิสัยทัศน์ของจังหวัดที่ว่า “นครแห่งชีวิต และความมั่งคั่ง” โดยมี Mega Project ของภาครัฐบาลและภาคเอกชนมูลค่ากว่า 2 แสนล้านบาทที่เข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ ถูกเผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวางกลายเป็นการปลุกกระแสเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ให้ตื่นตัว อีกทั้งยุทธศาสตร์การเป็นศูนย์กลาง (HUB) ในด้านต่างๆ ผุดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเป็นศูนย์กลาง Logistic ของภาคเหนือ, ศูนย์กลางเมืองสุขภาพ, ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ, ศูนย์กลางการบิน, ศูนย์กลางทางการเงิน, ศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวหรือ Chiangmai World, เมือง ICT City, เมืองแฟชั่น เป็นต้น (วรรณภา จาตุพัฒนะสิริกุล. 2548: 8-10) จากยุทธศาสตร์เหล่านี้เป็นแรงกระตุ้นให้เศรษฐกิจของเชียงใหม่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการต้องมีการตื่นตัวเพื่อที่จะเตรียม

ตัวรับกับภาวะเศรษฐกิจที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น จากเดิมผู้ประกอบการอาจจะผลิตเพื่อขายเพียงอย่างเดียว แต่ต่อไปผู้ประกอบการอาจต้องขยายการผลิตเพื่อที่จะรองรับการตลาดต่างประเทศอีกด้วย จากเหตุผลเหล่านี้ผู้ประกอบการจึงต้องมีความรู้ที่หลากหลายขึ้นไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในการผลิตสินค้าที่ต้องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วย, ความรู้ด้านการตลาด การส่งเสริมการขาย, ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการนำเข้า – การส่งออกสินค้า, หรือความเกี่ยวกับเส้นทางการขนส่ง เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ต้องทำการติดต่อกับต่างประเทศความรู้ในด้านการนำเข้า – การส่งออกจึงสำคัญยิ่ง โดยกฎเกณฑ์ของการนำเข้า – การส่งออกนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้เกี่ยวกับการทำพิธีการศุลกากร ที่มีการออกกฎระเบียบใหม่อยู่บ่อยครั้งซึ่งผู้ประกอบการต้องทำการตื่นตัวและพัฒนาตัวเองให้ทันกับกฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเพื่อแบ่งเบาภาระของผู้ประกอบการ ในเรื่องเกี่ยวกับการทำพิธีการศุลกากร ผู้ประกอบการอาจใช้ตัวแทนเป็นผู้ดำเนินการแทน ซึ่งเรียกว่า “ตัวแทนออกของ”

ตัวแทนออกของหรือที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายคือชิปปิ้ง จุดเริ่มต้นของอาชีพนี้เริ่มในสมัยพระวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าพร้อมพงศ์อิทธิราช เป็นอธิบดี การค้าระหว่างประเทศในสมัยนั้นเริ่มขยายเพิ่มมากขึ้น ความจำเป็นในการที่จะต้องหาผู้มีความรู้ทางด้านภาษาจีน และภาษาอังกฤษมีมากขึ้น เพราะฉะนั้น พวกพ่อค้าจีนจึงจ้างจีนฮ้างที่รู้ภาษาอังกฤษเป็นผู้แปล และเขียนใบขนสินค้าเป็นภาษาอังกฤษให้ จากข้อมูลดังกล่าวจึงตั้งเป็นข้อสันนิษฐานได้ว่า เป็นยุคเริ่มแรกของการประกอบอาชีพตัวแทนออกของ ซึ่งถือเป็นอาชีพได้อย่างแท้จริง เมื่อทางราชการกำหนด ระเบียบข้อบังคับ ตลอดจนเงื่อนไขในการปฏิบัติพิธีการศุลกากร ให้รัดกุมและให้เป็นไปตามระบบสากลมากขึ้น ความจำเป็นในการว่าจ้าง ตัวแทนออกของ ก็มากขึ้นไปด้วย ตัวแทนออกของจึงเป็นอาชีพเก่าแก่ที่อยู่คู่กับกรมศุลกากร และการนำเข้าส่งออกมาช้านานกว่า 125 ปี ปัจจุบันมีนิติบุคคลมากกว่า 300 บริษัท และบุคคลรวมถึงลูกจ้างคนงานที่ประกอบอาชีพนี้ ทั้งระบบรวมกันทั่วประเทศมากกว่า 40,000 คน ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการนำเข้าหรือส่งออก ในการดำเนินพิธีการศุลกากรและตรวจปล่อยสินค้าออกไปจากอารักขาของศุลกากร รวมถึงการเคลื่อนย้าย จัดส่งสินค้าไปให้ถึงจุดหมายปลายทาง ด้วยความรวดเร็วและเรียบร้อย นอกจากนี้ยังให้บริการธุรกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวกับกรมศุลกากร เช่นการคืนเงินอากรวัตถุดิบที่นำเข้าผลิตเพื่อการส่งออก(มาตรา19 ทวิ) การขอชดเชยอากรสินค้าที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศ เป็นต้น (ชมรมชิปปิ้ง ,2548)

อาชีพตัวแทนออกของเป็นบุคคลที่ประกอบอาชีพในการเป็นผู้ติดต่อกับศุลกากรแทนผู้ประกอบการนำเข้าหรือส่งออก อาชีพตัวแทนออกของเป็นอาชีพที่ต้องรวมคุณสมบัติหลายประการเช่น ความรู้ความชำนาญในระเบียบขั้นตอนพิธีการ, พิกัดอัตราภาษีของศุลกากร ข้อห้ามข้อจำกัดของสินค้าบางประเภท, ขั้นตอนงานที่เกี่ยวข้องกับพิธีการศุลกากรของหน่วยงานของรัฐอื่นๆ, ความรู้ในด้านระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางบกทางเรือ ทางอากาศ รวมถึงความรู้ด้านภูมิศาสตร์ของประเทศต่างๆ ทั่วโลก, ภาษาอังกฤษ, ความรู้ในสินค้าประเภทต่างๆ, ความรู้เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ ยังต้องมีไหวพริบปฏิภาณ, ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วยความฉับพลัน และรอบคอบ ตลอดจนมีความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและต้องติดต่อดำเนินการทำงาน ตั้งแต่เจ้าหน้าที่ศุลกากร ตัวแทนเรือ สายการบิน ท่าเรือ รถบรรทุกขนส่ง เป็นต้น และที่สำคัญที่สุด คือความซื่อสัตย์สุจริตต่อหน้าที่ ต่อผู้ใช้บริการและต่อราชการ มีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพตัวแทนออกของที่ดี มีหน้าที่ช่วยเหลือชี้แนะผู้ประกอบการ รักษาความลับ รักษาประโยชน์และ ชื่อเสียงของผู้ว่าจ้าง ไม่สร้างปัญหาอุปสรรคให้แก่ผู้ว่าจ้าง ช่วยเหลือเกื้อกูลเพื่อนร่วมอาชีพและระแวดระวังรักษาประโยชน์ของประเทศ

และเมื่อพิจารณาถึงบทบาทของตัวแทนออกของ จะพบว่าอาชีพนี้มีบทบาทมากต่อธุรกิจการนำเข้าและส่งออก ซึ่งได้แก่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของสินค้ากับส่วนราชการ, รักษาคุณธรรมทั้งฝ่ายราชการและเจ้าของสินค้า, ช่วยจัดปัญหาและลดขั้นตอนในการนำเข้าและส่งออก, ช่วยป้องกันและรักษาความเชื่อถือในสินค้าที่ส่งออก, ปกป้องเงินภาษีอากรของรัฐ, สร้างเสถียรภาพให้แก่ราคาที่นำเข้าและส่งออก จากบทบาทเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการจึงพยายามเลือกสรรตัวแทนออกของที่ให้ผลประโยชน์กับตัวผู้ประกอบการอย่างสูงสุด ทำให้ธุรกิจตัวแทนออกของมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงขึ้นเช่น การแข่งขันด้านราคาการให้บริการ, การแข่งขันด้านคุณภาพของการให้บริการ หรือแม้กระทั่งรูปแบบการให้บริการ จากการแข่งขันหลายๆ ด้านเหล่านี้เป็นสาเหตุให้ความไม่มีประสิทธิภาพของงานบริการให้เสนอต่อผู้ที่มาใช้บริการ

จากข้อมูลข้างต้นนี้จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยใดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของ และปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของ เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด, แก้ไขจุดอ่อนและจุดบกพร่องของบริษัทตัวแทนออกของ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการทำการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการบริษัทตัวแทนออกของอย่างสูงสุด

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของ ของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดจากการใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของ ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของบริษัทตัวแทนออกของต่อผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 1) เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของและ ทราบถึง ปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากการใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของ ของผู้ประกอบการผู้ให้บริการในเขต อำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพ การแข่งขันของตัวแทนออกของ
- 2) เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการวางแผนการตลาด การบริการ และการวางแผนกลยุทธ์ ของบริษัทตัวแทนออกของ เพื่อให้การให้บริการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- 3) เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของบริษัทตัวแทนออก ของ
- 4) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบุคคลทั่วไปที่จะใช้เป็นเอกสารอ้างอิงในการศึกษาในหัวข้อที่ เกี่ยวข้อง