



TNSC NEWSLETTER

สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) | Thai National Shippers' Council | Issue 06/2018 | มิถุนายน 2561

www.tnsc.com



E-COMMERCE WORLD



ประโยชน์ของไทยกับความร่วมมือ e-Commerce platform
ระดับโลก Alibaba Group



Thai National Shippers' Council
1168/97, 32nd Floor, Zone C, Lumpini Tower Bldg.,
Rama IV Road, Thungmahamek, Sathorn, Bangkok 10120
Tel. : +66 (0) 2679 7555 || Fax. : +66 (0) 2679 7500-2 || E-mail : tnsc@tnsc.com

สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก)
1168/97 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้น 32 โซน C
ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

สารบรรณาธิการ

เข้าสู่เดือนสุดท้ายของครึ่งปีแรก ภาพรวมของการส่งออกไทยยังขยายตัว แม้ในเดือนเมษายน ไทยจะขาดดุลการค้าบ้าง และใน Newsletter ได้หยิบยกเรื่องการลงทุนจากทาง Alibaba Group ภายใต้กรอบความร่วมมือ Smart Digital Hub and Digital Trans-formation Strategic Partnership กับประเทศไทย ทั้งในด้านที่ไทยจะได้รับประโยชน์ และผลกระทบที่ต้องระมัดระวัง มาแนะนำผู้อ่านให้ติดตาม

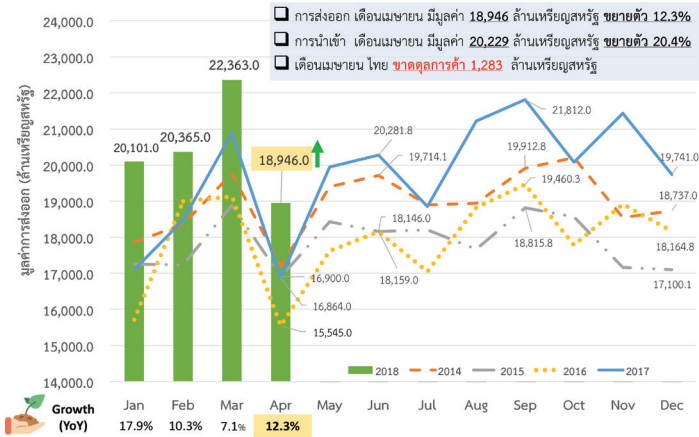
นอกจากนี้ยังได้ นำเสนอเรื่อง Trend on International Logistics ตอนที่ 2 ซึ่งต่อเนื่องมาจากฉบับก่อนหน้า เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบถึงการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นจากแรงผลักดันจากธุรกิจ e-commerce และการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรงในอนาคตอันใกล้

บรรณาธิการ

Thailand Economic Outlook :

สถานการณ์ความเคลื่อนไหวอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 4 มิ.ย. 61 : 32.00 บาท/เหรียญสหรัฐ (แข็งค่า 0.82% Year-to-Date หรือกว่า 6.05% Year-on-Year) ค่าเงินเหรียญสหรัฐ แม้มีแนวโน้มอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากแรงเทขายเพื่อเก็งกำไรของนักลงทุน แต่ยังคงได้รับแรงสนับสนุน จากผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลสหรัฐฯ ที่ระดับ 3% สูงสุดในรอบ 10 ปี และสถานการณ์ของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ที่มีแนวโน้มคลี่คลายลง เป็นผลให้ทิศทางให้ค่าเงินสหรัฐฯ ยังคงมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น

ภาพรวมสถานการณ์ส่งออกรายเดือนระหว่างปี 2014-2018



การส่งออกในเดือน มกราคม-เมษายน 2561

By Industrial products	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)	เติบโต	สัดส่วน
1. รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	9,208	13.5	11.3
2. อุตสาหกรรมอาหาร	6,673	14.9	8.2
3. คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	6,453	19.9	7.9
4. ผลิตภัณฑ์ยาง	3,474	8.4	4.2
5. เม็ดพลาสติก	3,308	22.5	4.0
6. วัสดุก่อสร้าง	3,128	16.8	3.8
7. เคมีภัณฑ์	2,891	23.7	3.5
8. แผงวงจรไฟฟ้า	2,683	6.6	3.3
9. น้ำมันสำเร็จรูป	2,651	39.2	3.2
10. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	2,552	12.2	3.1

By Agricultural products	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)	เติบโต	สัดส่วน
1. ข้าว	1,846	20.6	2.3
2. ยางพารา	1,651	-29.6	2.0
3. ผัก ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	1,565	13.3	1.9
4. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	1,181	26.1	1.4
5. ไม้สัดแช่แข็งและแปรรูป	959	14.6	1.2
6. น้ำตาลทราย	796	-13.0	1.0
7. อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป	1,775	5.3	2.2
8. อาหารอื่นๆ	2,374	24.6	2.9

By Country	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)	เติบโต	สัดส่วน
1. อาเซียน (5)	12,186	11.0	14.9
2. จีน	9,734	5.0	11.9
3. CLMV	8,939	15.6	10.9
4. สหรัฐอเมริกา	8,690	9.3	10.6
5. ญี่ปุ่น	8,201	21.5	10.0
6. สหภาพยุโรป (15)	7,733	11.8	9.5
7. ทวีปออสเตรเลีย (2)	4,258	14.5	5.2
8. ออสเตรเลีย	4,016	3.7	4.9
9. เอเชียใต้	3,764	23.9	4.6
10. ตะวันออกกลาง (15)	2,944	6.8	3.6

สถานการณ์การส่งออกสินค้าสำคัญ เดือนเมษายน 2561

สินค้าส่งออกสำคัญ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)	Apr/18	Forecast/18
กลุ่มสินค้าส่งออก "เกษตร"			
ข้าว	457	19.1% ▲	5% ▲
ยางพารา	457	-12.3% ▼	0%
มันสำปะหลัง	266	25.8% ▲	5% ▲
น้ำตาล	205	-35.8% ▼	0%
กลุ่มสินค้าส่งออก "อาหาร"			
ผักและผลไม้สด แช่แข็ง และแปรรูป	512	50.7% ▲	8-10% ▲
อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋อง และแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง)	362	10.5% ▲	
ไก่สัดแช่แข็งและแปรรูป	219	12.4% ▲	2.5% ▲
กุ้งสัดแช่แข็งและแปรรูป	89	-20.5% ▼	8-10% ▲
กลุ่มสินค้าส่งออก "ยานพาหนะ"			
ยานพาหนะ	1,357	16% ▲	10% ▲
อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,186	18.3% ▲	
กลุ่มสินค้าส่งออก "ไฟฟ้า-อิเล็กทรอนิกส์"			
เครื่องใช้ไฟฟ้า	1,873	4% ▲	10% ▲
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	1,464	23.9% ▲	
แผงวงจรไฟฟ้า	614	4.2% ▲	
Hard Disk Drive	564	16% ▲	
เครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบ	455	5.1% ▲	
กลุ่มสินค้าส่งออก "พลังงาน"			
ผลิตภัณฑ์ยาง	887	18.6% ▲	8% ▲
เม็ดพลาสติก	831	29% ▲	18-20% ▲
เคมีภัณฑ์	687	13.8% ▲	15% ▲
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	320	14.7% ▲	18-20% ▲
กลุ่มสินค้าส่งออก "อื่นๆ"			
อัญมณี และเครื่องประดับ	929	27.4% ▲	-3% ▼
วัสดุก่อสร้าง	757	19.5% ▲	12% ▲
น้ำมันสำเร็จรูป	622	39% ▲	15% ▲
สิ่งทอ	537	9.5% ▲	5-6% ▲

ประมาณการทิศทางการส่งออกไทย ปี 2018 (Forecast 8% Growth)

- + อุปสงค์ที่แข็งแกร่งจากตลาดคู่ค้า ทั้งตลาดหลัก ตลาดรอง และตลาดศักยภาพ สอดคล้องกับการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก
- + การนำเข้าสินค้าทุนและวัตถุดิบอันแสดงถึงการลงทุนของภาคการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและการแข่งขันในอนาคต
- + ดัชนีภาวะธุรกิจส่งออกและระดับ 55.5 แสดงถึงความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่มีต่อภาคส่งออกไทย ผ่านมุมมองของตัวเลขมูลค่าการส่งออก มูลค่าคำสั่งซื้อ และมูลค่าสินค้าคงคลัง
- + ทิศทางราคาน้ำมันดิบที่มีแนวโน้มปรับตัวขึ้นสู่ระดับสูงสุดในรอบ 3 ปีหลังมีข้อตกลงปรับลดกำลังการผลิตของกลุ่ม OPEC และ Non-OPEC ส่งผลให้ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันและราคาสินค้าเกษตรกรรมมีแนวโน้มปรับขึ้นตาม
- + สงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ มีแนวโน้มคลี่คลายลง หลังจากทั้งสองประเทศบรรลุข้อตกลงในการที่จะไม่ใช้มาตรการด้านภาษีตอบโต้กันในการกีดกันการค้า
- + นโยบายผลักดันการพัฒนาธุรกิจ e-Commerce ของภาครัฐ เป็นการเพิ่มโอกาสและช่องทางจำหน่ายสินค้า โดยรัฐบาลไทยมีความร่วมมือกับ Alibaba เพื่อเปิดตลาดผู้บริโภครจีน ผ่านโครงการ Thai Rice Flag Ship Store เน้นสินค้าเกษตร นวัตกรรม ข้าว และทุเรียน โดยล่าสุดมีนโยบายส่งเสริมการค้า e-Commerce ในการเจรจาระดับพหุภาคี (APEC Forum)

- ความผันผวนของค่าเงินบาท โดยค่าเงินเหรียญสหรัฐ มีแนวโน้มอ่อนค่าลงเล็กน้อย จากแรงเทขายเพื่อเก็งกำไรค่าเงินในพันธบัตรรัฐบาลสหรัฐฯ ส่งผลให้ค่าเงินบาทค่อนข้างทรงตัวและผันผวนในกรอบ 31.90-32.20 อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกควรติดตามสถานการณ์ใกล้ชิดและควรหาวิธีประกันความเสี่ยงป้องกันความผันผวน
- สงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ (Trade War) มีแนวโน้มคลี่คลายลง และทั้งสองต่างตกลงที่จะนำเข้าสินค้าจากฝ่ายตรงข้ามมากขึ้นเพื่อเป็นการลดการขาดดุลทางการค้า เป็นผลกระทบทางอ้อมที่จีนหรือสหรัฐฯ จะนำเข้าสินค้าจากไทยน้อยลงในฐานะห่วงโซ่อุปทาน
- ปัญหาความขัดแย้งในตะวันออกกลางและมาตรการคว่ำบาตรอิหร่านของสหรัฐฯ ทำให้ราคาน้ำมันและราคาแก๊สพุ่งตัวปรับตัวขึ้น อาจส่งผลให้ต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขนส่งสินค้าปรับสูงขึ้น อีกทั้งยังกระทบต่อความสามารถในการบริโภคของอุปสงค์ภายในประเทศ อันส่งผลต่อผลกำไรของผู้ประกอบการในทางอ้อม
- มาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ ภายใต้กฎหมายการค้ามาตรา 232ต่อประเทศที่ได้ดุลการค้า ล่าสุดกลุ่มสินค้าที่โดนเพ่งเล็ง ในการถูกบังคับใช้มาตรการกีดกันดังกล่าว คือ กลุ่มสินค้ายานยนต์ และชิ้นส่วน รวมถึงมาตรการกีดกันการนำเข้ารถยนต์จากเวียดนาม ซึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวถือเป็น อุตสาหกรรมหลักในภาคการส่งออกของไทย หากมีการบังคับใช้มาตรการดังกล่าว อาจทำให้ภาคการส่งออกของไทยสะตูดลงได้ ประกอบกับผลกระทบจากนโยบายดังกล่าว โดยล่าสุด EU อาจมีการยื่นฟ้อง WTO ในกรณีการขึ้นภาษีเหล็ก และเหล็กกล้าที่ผ่านมา ซึ่งจะทำให้บรรยากาศการค้าโลกสามารถสะตูดลงได้
- สถานการณ์ในอิตาลี ทั้งด้านการเมือง ความเสี่ยงจากระดับหนี้สาธารณะในปริมาณมาก และการรักษาสมาชิกภาพในฐานะประเทศผู้ก่อตั้งสหภาพยุโรป

ประเด็นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการส่งออกของไทย

สงครามการค้า (Trade War) แม้ว่าสหรัฐฯ และจีนจะบรรลุข้อตกลงเจรจายุติการตอบโต้การค้าที่ใช้มาตรการทางภาษี และทำให้เงินลงทุนในตลาดคลายความกังวลลงไปได้ แต่หากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ทั้งจีนและสหรัฐฯ ตกลงที่จะนำเข้าสินค้าจากฝ่ายตรงข้ามมากขึ้นเพื่อเป็นการลดการขาดดุลทางการค้าของทั้งสองประเทศ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวจะลดบทบาททางการค้ากับประเทศอื่นในห่วงโซ่อุปทานเกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของการนำเข้า-ส่งออกของกล่าวคือ เป็นผลกระทบทางอ้อมที่จีนหรือสหรัฐฯ จะนำเข้าสินค้าจากไทยน้อยลง และหันไปนำเข้าจากฝ่ายตรงข้ามแทน

สถานการณ์ราคาน้ำมัน ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ใน 2 เดือนที่ผ่านมา จากความขัดแย้งภายในตะวันออกกลางและมาตรการคว่ำบาตรของสหรัฐฯ ที่ยังคงใช้ในระดับสูงสุดต่ออิหร่าน ทำให้ราคาน้ำมันดิบทะเลไทยขยับเข้าใกล้ 30 บาทต่อลิตร ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขนส่งเริ่มปรับตัวขึ้นตาม โดยที่ผ่านมาผู้ประกอบการขนส่งต่างประเทศ เช่น DHL ได้ปรับค่าขนส่งไปแล้ว โดยทุกราคาน้ำมันที่ปรับขึ้นทุก 1 บาทต่อลิตร จะขึ้นราคาขนส่ง 1.5% ซึ่งเป็นปัจจัยลบและต้นทุนที่ผู้ประกอบการต้องแบกรับ

สถานการณ์ราคาสินค้าเกษตรบางชนิด ในสี่เดือนแรกของปี 2561 สินค้าเกษตรและอาหาร ขยายตัวได้ดีเกือบทุกรายการ โดยเฉพาะ ข้าว, มันสำปะหลัง, ไข่สด แซ่แซ็ง และแปรรูป และผักผลไม้สด, แซ่แซ็ง และแปรรูป ยกเว้น สับปะรดหวาน ที่โดนกดดันจากสถานการณ์ราคาตกต่ำกว่าต้นทุน และเป็นการหดตัวเกือบทุกตลาด น้ำตาล ที่ผลผลิตล้นตลาด และโดนปัจจัยกดดันทางราคาจากการเร่งการส่งออกน้ำตาลของบราซิลเพื่อชดเชยค่าเงินบราซิลที่อ่อนค่าลงอย่างหนัก

ข้อเสนอแนะที่สำคัญโดยสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

- ภาครัฐควรส่งเสริมการค้าแบบ e-Commerce ให้ครอบคลุมสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ตามฤดูกาลมากขึ้น หลังจากสามารถเพิ่มยอดขายและราคาให้ชาวทุเรียนได้และลำไย ทั้งนี้ ควรติดตาม, เฝ้าระวังและควบคุม มาตรฐานสินค้าและกลไกการกำหนดราคาสินค้าส่งออกที่อาจส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าในประเทศ จากธุรกิจการที่ธุรกิจ e-Commerce รวมถึงต้องมีการส่งเสริมพัฒนาให้ความรู้กับผู้ประกอบการค้าในระบบ B2B Cross Border e-Commerce ให้ปรับตัวและสามารถเพิ่มยอดขายมากขึ้น
- ภาครัฐควรเตรียมการรับมือกับสถานการณ์ที่อาจส่งผลมาจากการเจรจาเพื่อปรับลดการค้า ระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกา โดยใช้โอกาสทางด้านการผลิตสินค้าส่งออกสินค้าไทยเข้าไปทดแทนในตลาดคู่ค้าหลักทั้งสองประเทศ และหาตลาดใหม่เพื่อทดแทนปริมาณการส่งออกที่อาจลดลงจากการตกลงที่จะนำเข้าจากฝ่ายตรงข้ามมากขึ้นของทั้งสองประเทศ
- ภาครัฐควรติดตามมาตรการกีดกันทางการค้า ในรูปแบบต่างๆ พร้อมทั้งหาวิธีผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องเพื่อกำหนดมาตรการช่วยเหลือ รวมถึงให้คำปรึกษาแนวทางแก้ไข ปัญหา ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น การตั้งกำแพงภาษีนำเข้าสูงของสหรัฐฯ ต่อประเทศที่ได้ดุลการค้าสหรัฐฯ เป็นต้น และเผยแพร่สิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะสามารถใช้ได้จากข้อตกลงทางการค้าต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- สนับสนุนให้มีการจัดตั้งคณะทำงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อเร่งเจรจาการค้าเสรีและกรอบความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจทั้งระดับพหุภาคีและระดับพหุภาคี โดยเฉพาะการรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจ เช่น CPTPP, RCEP เพิ่มอำนาจการต่อรองทางการค้าในระยะยาว และเป็นการเปิดตลาดให้กับผู้ส่งออกของไทยให้มีโอกาสและการกระจายความเสี่ยงของตลาดมากยิ่งขึ้น
- ภาครัฐควรเร่งรัดแก้ไขปัญหาด้านโลจิสติกส์ อาทิ
 - เร่งรัดการเพิ่มประสิทธิภาพการขนถ่ายสินค้าภายในท่าเรือแหลมฉบังและเชื่อมต่อการขนส่งระบบรางและ ICD นอกท่าเรือเพื่อลดแกวคยของรถบรรทุกภายในท่าเรือ
 - ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมซ่อมตู้คอนเทนเนอร์ภายในประเทศ เพื่อเพิ่มปริมาณและยกระดับตู้สินค้าเพื่อการส่งออกให้เพียงพอและคุณภาพตรงต่อความต้องการ
 - แก้ไขประกาศและกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ
 - กำหนดให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเป็นบริการควบคุมภายใต้ พระราชบัญญัติราคาสินค้าและบริการ พุทธศักราช 2542 เป็นต้น

สัมมนาหัวข้อ “การปฏิบัติตามประกาศ ระเบียบ อนุบัญญัติ ภายใต้พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560”

เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2561 สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) ได้จัดสัมมนาหัวข้อ “การปฏิบัติตามประกาศ ระเบียบ อนุบัญญัติภายใต้พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560” โดยคุณยุวณูช กลั่นจัตรัส ที่ปรึกษาสภาผู้ส่งออก และ คุณสุปราณี คมวีรพงษ์ กรรมการสภาผู้ส่งออก เข้าร่วมร่วมและให้การต้อนรับ คุณกฤตภา ปิ่นประเสริฐ ผู้อำนวยการสำนักกฎหมาย กรมศุลกากร และทีมเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเป็นวิทยากรบรรยาย โดยมีสมาชิกและผู้สนใจเข้าร่วมสัมมนากว่า 80 คน ณ ห้องอินฟินิตี้ โรงแรมดิเอทัส ลุมพินี



ประโยชน์ของไทยกับความร่วมมือ e-Commerce platform ระดับโลก Alibaba Group (T-mall.com) ลงทุนในไทย

1.1 หนี้นล้าน ในโครงการ EEC

เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2561 ที่ผ่านมา นายแจ็ก หม่า ประธานกรรมการบริหารและผู้ก่อตั้งกลุ่มอาลีบาบา ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) กับรัฐบาลไทย ภายใต้กรอบความร่วมมือ Smart Digital Hub and Digital Transformation Strategic Partnership กับประเทศไทย โดยภายใต้ความร่วมมือดังกล่าว ได้มีการกำหนดแผนความร่วมมือด้านการขายสินค้าเกษตร, สินค้าเกษตรแปรรูป และสินค้าทั่วไป อาทิ สินค้าข้าว ภายใต้ชื่อโครงการ Thai Rice Flagship Store บนเว็บไซต์ Tmall.com (ทีมอลล์) - <https://taiguoxiangmi.tmall.com/> เว็บไซต์ค้าปลีกออนไลน์ (B2C) ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีนของเครืออาลีบาบา กรุ๊ป ปัจจุบันเว็บไซต์ดังกล่าวมีร้านค้าอยู่บนแพลตฟอร์มประมาณ 20 ล้าน ร้านค้าและมีสินค้าประมาณ 1,000 ล้านรายการ และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่า 1,400 ล้านคนทั่วประเทศ โครงการความร่วมมือดังกล่าวนี้ เกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนการซื้อขายสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป เช่น ข้าว และทุเรียน (โดยเฉพาะทุเรียน มียอดจำหน่ายไปแล้วสูงมาก เพียงแค่ 1 นาที ก็ขายต่อจำหน่ายที่สูงถึง 8 หมื่นลูก) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่ขึ้นชื่อในเรื่องคุณภาพของไทยและเป็นที่ยอมรับของชาวจีนเป็นอย่างมาก แต่การเข้าไปขายในแพลตฟอร์มดังกล่าวมีเงื่อนไขอยู่ว่า ผู้ขายสินค้าต้องมีสถานะเป็นนิติบุคคล ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของบริษัทหรือการรวมสหกรณ์เพื่อขายสินค้า และจะต้องเป็นสมาชิกเว็บไซต์ Thaitrade.com ซึ่งถือเป็นตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของรัฐไทย หากมีคุณสมบัติดังกล่าวครบจึงจะสามารถวางขายสินค้าบนเว็บไซต์ทีมอลล์ ได้

นอกจากนี้ อาลีบาบา กรุ๊ป ยังได้ลงทุนในระเบียงเศรษฐกิจ EEC ของไทย ไม่ว่าจะเป็น การพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ให้เข้าสู่การใช้ช่องทาง e-Commerce เป็นช่องทางการตลาด การใช้ Digital Platform ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนให้สามารถเข้าถึงร้านค้าและร้านอาหารของไทยผ่านบนแพลตฟอร์มต่างๆ ได้ง่ายขึ้น และลงทุนในศูนย์ดิจิทัลอัจฉริยะ (Smart Digital Hub) ซึ่งครอบคลุมไปถึง Logistic Infrastructure, Distribution Center อันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการทำ e-Commerce ทั้งในระดับภูมิภาค และในระดับโลก หรือหากจะเรียกให้เข้าใจง่ายขึ้น คือ การทำ e-Commerce Park โดยก่อนหน้านี้ อาลีบาบา กรุ๊ป ได้เข้าไปลงทุนโดยการตั้ง Electronic World Trade Platform (eWTP) เพื่อเป็นการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่มาเลเซียมาแล้ว

ทั้งหมดนี้ หากเป็นเพียงแผนการที่ อาลีบาบา กรุ๊ปวางไว้เพื่อขยายธุรกิจในระดับโครงสร้างพื้นฐาน และเพื่อสร้างบริการที่ครบวงจรภายใต้ธุรกิจของตนเองแล้ว ไทยจะได้หรือเสียประโยชน์อะไรบ้างจากกรณีนี้

ประโยชน์ที่ไทยจะได้ ชัดเจนที่สุด น่าจะเป็นเรื่องของ 1. เศรษฐกิจภาพรวม จากสัดส่วนของมูลค่าการลงทุน 1.1 หมื่นล้าน เมื่อเปรียบเทียบกับ GDP ของประเทศที่น่าจะเพิ่มขึ้น 3-5% จากเม็ดเงินที่ไหลกลับเข้ามา 2. เกิดการแข่งขันในธุรกิจการค้าออนไลน์มากขึ้น, เกิดการพัฒนาระบบหรือ platform อื่นๆ ให้สามารถแข่งขันได้ และประโยชน์ชัดเจนต่อผู้บริโภคภายในประเทศที่มีช่องทางกรบริโภคสินค้าที่หลากหลายสะดวกและปลอดภัยมากขึ้น 3. สินค้าเกษตรฯ จะมี ขนาดของอุปสงค์จากผู้บริโภคชาวจีนเพิ่มขึ้นและจะสามารถต่อยอดไปยังสินค้าอื่นๆ ได้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย 4. เป็นการเพิ่มรายได้ต่อรายผู้จำหน่าย และเป็นกระจายรายได้ไปยังเกษตรกร ในกรณีราคาสินค้าหน้าฟาร์มถูกปรับอย่างไม่เป็นธรรม 5. สินค้า OTOP มีโอกาสส่งออกเพิ่มมากขึ้น ในราคาจับต้องที่สูงกว่าราคาตลาดในประเทศ 6. ภาคการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจีนจะสะดวกมากขึ้นในการหาข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม รวมถึงการซื้อขายสินค้าและบริการระบบ Alipay ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 7. ช่วยพัฒนา Capacity Building กับบุคลากรของไทย ในด้าน e-Commerce software system / IT developer / Logistic service provider 8. โครงสร้างตลาดที่ไม่มีมีการผูกขาดหรือกึ่งผูกขาด

ประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อไทย แน่นนอนว่า 1. กลุ่ม SME/MSME ต้องเตรียมความพร้อมและเผชิญหน้ากับสินค้าจีนที่ใช้ช่องทางการขายบนระบบออนไลน์ที่มีหลากหลายเป็นช่องทางเข้ามาขายสินค้าราคาถูกกว่าตลาดในประเทศ ถึงแม้ว่า MOU ดังกล่าวจะระบุว่า ไทยสามารถส่งสินค้าไปขายอย่างเดียไม่มีนโยบายเปิดช่องให้สินค้าจีนเข้ามาขายในไทยผ่านแพลตฟอร์มทีมอลล์ก็ตาม หากแต่ต้องทำการค้าอย่างรอบคอบเพื่อไม่ให้เสียเปรียบทางการแข่งขัน 2. ภาคการเงิน การธนาคาร โดยจากการเข้ามาของระบบการชำระเงิน Alipay อาจทำให้ภาคธนาคารสูญเสียรายได้จากการค่าธรรมเนียมในการให้บริการผ่านระบบ e-payment ของไทย 3. กลุ่มธุรกิจ Consult/Marketing อาจสูญเสียฐานลูกค้า หากอาลีบาบาเปิดให้บริการด้านการให้คำปรึกษาและการบริหารจัดการในการทำค้าออนไลน์แบบเบ็ดเสร็จ 4. ภาคการท่องเที่ยว จากการทะลักเข้ามาของนักท่องเที่ยวจีน ส่วนหนึ่งจากการอำนวยความสะดวกด้านการซื้อขายสินค้ารวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของไทยทั้งหมดที่อยู่ในแพลตฟอร์มของอาลีบาบา อาจทำให้ต้องควบคุมและรักษาระเบียบของนักท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อสถานที่และบรรยากาศการท่องเที่ยวโดยรวม โดยเฉพาะตามโบราณสถาน และสถานที่สำคัญทางราชการ และประวัติศาสตร์ 5. เว็บไซต์ทีมอลล์เป็นภาษาจีนทั้งหมด ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญผู้ประกอบการระดับ SMEs ของไทยหากต้องการขายสินค้าของออนไลน์บนแพลตฟอร์ม 6. ผู้บริโภคในประเทศอาจต้องบริโภคสินค้าเกษตรที่มีราคาสูงขึ้น



และบางครั้งอาจเกิดภาวะขาดแคลนสินค้าในตลาดภายในประเทศ เนื่องจากมีออเดอร์สินค้าทางระบบออนไลน์ไปหมดแล้ว

ใครต้องปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลง 1.เว็บไซต์ Thaitrade.com โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ต้องพัฒนาและยกระดับแพลตฟอร์มในฐานะที่เป็นตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศ ให้รองรับกับรูปแบบของการทำอีคอมเมิร์ซในระดับสากลมากยิ่งขึ้น 2.ผู้ประกอบการ SMEs ต้องปรับตัวอย่างมาก มิฉะนั้นจะแข่งขันไม่ได้ และอาจมีผลกระทบต่อการทำงานและผลการค้าด้วย 3.การสร้าง branding ของผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญที่จะให้สินค้าของ SMEs อยู่รอดได้โดยต้องมุ่งเน้นไปที่การโฆษณาคุณภาพของสินค้าให้น่าเชื่อถือ 4.รัฐบาล หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น ศุลกากรและสรรพากร ต้องเข้มงวดเรื่องการเก็บภาษีสินค้าที่ขายผ่าน e-Commerce ในทุกระดับ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี เนื่องจากฐานรายได้ภาษีของรัฐบาลจะหายไปจำนวนมาก ถ้าพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนจากการซื้อของที่ร้านค้าแบบเดิมมาเป็นออนไลน์มากขึ้น 5.ผู้บริโภคต้องปรับตัวและให้รู้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการบริโภค เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการมีทางเลือกที่หลากหลาย แต่ไม่เสียเปรียบหรือเสียรู้จากผู้ขาย

จากผลการศึกษารายละเอียดเรื่องข้อกำหนดในเชิงปฏิบัติที่เกี่ยวกับมาตรฐานและการทำธุรกรรมบนระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นบรรทัดฐานใหม่ของการค้าระหว่างประเทศ ตามกรอบแนวคิด UNCTAD e-Trade for all online Platform 7 ข้อ โดยสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย มีข้อเสนอแนะในแต่ละกรอบนโยบายต่อการเตรียมความพร้อมของไทยต่อการเข้ามาลงทุนของ Alibaba ในการประชุมคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2561 ดังนี้

กรอบนโยบายที่ 1 E-Commerce Assessments

ประเมินขั้นตอนความพร้อมในการดำเนินธุรกิจของไทย (Review Business Assessments) เช่น เอกสารโลจิสติกส์ ใบรับรอง ใบอนุญาตสินค้าต่างๆ ที่จะต้องมีการเชื่อมโยงเข้ากับ Cross Border e-Commerce Platform ของ TMall เพื่อความสะดวกรวดเร็ว

ประเมินความพร้อมของเกษตรกรไทยที่ต้องการขายหรือส่งสินค้าเกษตร ผ่าน Platform มีความพร้อมที่จะเชื่อมโยงเข้าระบบมากน้อยอย่างไร ยกตัวอย่างเช่น กำหนดกลุ่มเกษตรกรที่มีความพร้อม เช่น กลุ่ม Smart Farmer ให้เป็นกลุ่มเกษตรกรนำร่องและสามารถเชื่อมโยงสู่การทำธุรกิจในรูปแบบดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านมาตรฐานที่ทาง Alibaba กำหนด เพื่อสร้างกลุ่มตัวอย่างในการส่งออก

ประเมินและสำรวจ Demand and Supply ของทั้งสองฝ่าย (ผู้ซื้อและผู้ขาย) เพื่อให้เกิดสมดุลและสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าได้ ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจและความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรไทยระดับหนึ่ง

กรอบนโยบายที่ 2 ICT Infrastructure and Services

ควรมีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT จากภาครัฐ เช่น ลงทุน High Speed Internet เพื่อให้เกษตรกรในพื้นที่เข้าถึง e-Commerce Platform ได้ครอบคลุมมากขึ้น โดยพิจารณาการลงทุนจากพื้นที่เศรษฐกิจหรือพื้นที่ Zoning ของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความพร้อมต่อการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้สะดวกต่อการส่งออกสินค้าก่อนเป็นอันดับแรก

กรอบนโยบายที่ 3 Payments

รัฐต้องศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม ว่าทำอย่างไรให้เกษตรกรหรือกลุ่มสหกรณ์ที่เป็นต้นน้ำได้รับการชำระเงินโดยตรง (Direct Payment) ไม่ต้องผ่านคนกลางจากจีนที่เข้ามาบริหารจัดการ เช่น อาจมีการนำระบบการชำระเงินแบบ e-Wallet หรือ PromptPay ซึ่งสามารถทำได้ผ่าน Application on Mobile phone มาช่วยเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการรับเงินได้โดยตรงจากการเชื่อมโยงกับ Platform ของจีน ยกตัวอย่างเช่น จีนปัจจุบันนี้รัฐบาลสนับสนุนสังคมไร้เงินสดโดยให้ชำระเงินผ่าน Alipay และ WeChat Pay

หากไทยสามารถทำข้อตกลงในการชำระเงินกับจีนได้ จะเป็นการอำนวยความสะดวกมากขึ้น อีกทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและแรงจูงใจให้กับเกษตรกรให้มาทำธุรกิจผ่าน e-Commerce Platform เพิ่มมากขึ้น

กรอบนโยบายที่ 4 Trade Logistics

ผลักดันให้ Logistic Service Provider: LSP ที่มีความพร้อมของไทย เช่น ได้มีการลงทุนพัฒนาระบบ Logistic Software ที่เชื่อมต่อกับ Alibaba platform แล้วมาเป็นตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางให้ LSP ไทยรายอื่นหันมาพัฒนาระบบ e-Logistics platform ร่วมกัน ทั้งนี้ เพื่อยกระดับการบริการโลจิสติกส์ไทยมีศักยภาพและประสิทธิภาพ เพื่อเตรียมการรองรับปริมาณสินค้าจากการซื้อขายผ่าน Aliababa/TMall ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้โลจิสติกส์ไทยสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่จากต่างประเทศได้ ทั้งนี้เพื่อรองรับความต้องการของเจ้าของสินค้า ในด้านความสะดวก ต้นทุน และความปลอดภัยจาก Cyber Crime

สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการด้านการขนส่งและกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพในการส่งออก เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องการปรับลดขั้นตอนการขอใบอนุญาต/ใบรับรองให้เป็นในรูปแบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด และให้เชื่อมต่อกับระบบ e-Payment ในส่วนของการจ่ายค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการได้ทันที

กรอบนโยบายที่ 5 Legal & Regulatory Frameworks

ต้องมีการแก้กฎหมายและขั้นตอนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ การปรับปรุงระบบการออกใบอนุญาต (e-Document) หรือการขอใบรับรองล่วงหน้า (Pre-Certificate) ให้มีการดำเนินการเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ เพื่อต่อการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของ e-Commerce Cross Border ได้อย่างเป็นรูปธรรม เป็นต้น

รัฐอาจมีการทำความตกลงร่วมกัน (MOU) ระหว่างไทย-จีน ในเรื่องของการปรับลดขั้นตอนการตรวจสอบเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากการซื้อขายผ่าน Platform ทั้งขอกออกจากไทย และเข้าของจีน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินแบบ e-Payment / e-Tax / e-Invoice เป็นต้น

กรอบนโยบายที่ 6 Skill Development

สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบัน New Economy Academy (NEA) ของกระทรวงพาณิชย์ กับ Alibaba Business School ที่จะมีการคัดเลือกบุคลากรหรือผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเข้าเรียนรู้ระบบ Global e-Commerce Platform กับ Alibaba โดยที่จะต้องเป็นบุคลากรหรือผู้ประกอบการ ที่ผ่าน Business Assessments ตามกรอบนโยบายที่ 1 E-Commerce Assessment มาแล้ว ซึ่งรายละเอียดในการเรียนรู้ระบบจำเป็นต้องเน้นเรื่องมาตรฐานสากลในเชิงเทคนิคควบคู่กันไปด้วย

กรอบนโยบายที่ 7 Financing for E-Commerce

สนับสนุนให้ BOI จัดสรรงบประมาณสำหรับพัฒนา e-Trading Platform เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยแต่ละสาขามีต้นแบบในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับ e-business Platform

สนับสนุนให้กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดสรรงบประมาณในส่วนของการสรรหาเครื่องมือและอุปกรณ์ให้แก่กลุ่มเกษตรกร (Smart Farmer/ผู้ประกอบการ) ในการเข้าถึงระบบ Internet สำหรับเชื่อมโยงกับ e-Commerce platform เพื่ออำนวยความสะดวกได้ง่ายขึ้น

#ข้อมูลเชิงสถิติจาก สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA: ซึ่งารูปแบบการทำ e-Commerce ในประเทศไทย ที่มีมากที่สุด คือ การทำ e-Commerce แบบ B2B คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90 ในขณะที่ การทำ e-Commerce แบบ B2C คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 เท่านั้น (โดยที่ 7% ของ B2C เป็น e-Commerce แบบ Cross Border)

Trend on International Logistics ตอนที่ 2:

การรุกคืบของ e-Marketplace สายเรือ และท่าเรือในธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์

คงฤทธิ์ จันทริก

ผู้อำนวยการบริหารสมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

ปี 2018 ถือเป็นปีที่อุตสาหกรรมการขนส่งและโลจิสติกส์ได้รับอานิสงส์จากการเติบโตของการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ผลประกอบการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์และผู้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเติบโต และมีกำไรมากขึ้น หลังจากที่ปีมีปัญหาผลประกอบการติดลบเพราะการหดตัวของการค้าระหว่างประเทศ และการตกต่ำของสถานการณ์ค่าระวางการขนส่งสินค้าทางทะเลในช่วง 2-3 ปีก่อนหน้านี้ แต่หลังจากการล้มละลายของสายเรือ Hanjin Shipping และการขาดทุนของสายเรือใหญ่อีกจำนวนมาก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงกลุ่มพันธมิตรสายเรือ และการเติบโตอย่างต่อเนืองของมูลค่าในระบบ e-commerce ส่งผลให้ทิศทางของค่าระวางมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในปี 2017 และส่งผลให้ผลประกอบการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ดีขึ้นตามลำดับจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม แรงผลักดันจากธุรกิจ e-commerce และการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศต้องพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจให้แข็งแกร่งและให้บริการกับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้เจ้าของสินค้าหรือ e-marketplace ที่สำคัญอย่าง Amazon และ Alibaba ลงทุนตั้งธุรกิจโลจิสติกส์ของตนเอง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการสินค้าให้กับผู้ซื้อได้อย่างรวดเร็ว เพราะหลักการเบื้องต้นของการจัดส่งสินค้าที่ซื้อขายผ่านระบบ e-commerce คือ 24 ชั่วโมงสำหรับการส่งภายในประเทศ และ 72 ชั่วโมงสำหรับการส่งสินค้าระหว่างประเทศ และหลายเป็นแรงผลักดันให้ทิศทางของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในปัจจุบันต้องก้าวไปสู่การตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้าแบบ end-to-end service ซึ่งหมายถึงบริการแบบครบวงจรในกิจกรรมโลจิสติกส์ที่หลากหลาย ไม่เว้นแม้แต่การบริหารจัดการโลจิสติกส์ในองค์กรอย่างเช่น การจัดซื้อ การจัดการสินค้าคงคลัง หรือการพยากรณ์ความต้องการ เป็นต้น โดยวิธีการที่ใช้มีความหลากหลายตั้งแต่การตั้ง Business Unit ขึ้นใหม่ การเข้าไปถือหุ้นหรือควบรวมกิจการกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่ระหว่างประเทศหรือธุรกิจโลจิสติกส์ท้องถิ่น อาทิ Maersk Line ประกาศชัดเจนในการลงทุนขยายรูปแบบการให้บริการในธุรกิจโลจิสติกส์ภายในไม่กี่ปีข้างหน้า ขณะที่ CMA CGM ประกาศจะซื้อหุ้น CEVA Logistics ประมาณ 25% เพื่อใช้ประโยชน์จากเครือข่ายในการให้บริการขนส่งสินค้าแบบ door-to-door service แม้แต่ธุรกิจท่าเรือของ Cosco ก็มีแผนงานที่จะขยายการให้บริการไปสู่ Inland Transport เพื่อให้บริการแก่สินค้าที่ผ่านเข้าและออกท่าเรือ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทิศทางการแข่งขันในอนาคตที่ต้องการขยายขอบเขตการให้บริการให้ครบวงจรแบบ one-stop service เพื่อรองรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่จะคุ้นชินกับการซื้อขายผ่านระบบ e-commerce ที่ไม่ต้องการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการหรือผู้ขนส่งจำนวนมากด้วยตนเอง ดังนั้น การให้บริการตั้งแต่ต้นทาง-ปลายทาง ครอบคลุมทั้งด้านการขนส่งและพิธีการศุลกากรจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก

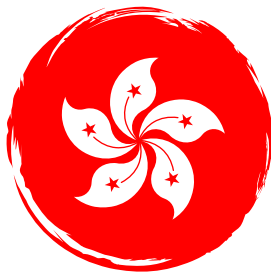
เมื่อธุรกิจขนาดใหญ่เน้นการให้บริการแบบครบวงจรและมุ่งขยายขนาดของกิจการให้ครอบคลุมเครือข่ายทั่วโลก จึงเป็นแรงกดดันไปสู่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายย่อยในท้องถิ่นที่ต้องพยายามระดมลูกค้า (segmentation) ให้ชัดเจนและจับตลาด niche market ที่ต้องการให้ได้และเหมาะสมกับทรัพยากรและความสามารถของตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องให้บริการแก่ตลาดทั้งหมด

ขณะเดียวกันผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายย่อยต้องพยายามเรียนรู้และพัฒนามาตรฐานของตนเองให้สอดคล้องกับ platform, code of conduct และมาตรฐานการให้บริการของ e-marketplace และผู้ให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์รายใหญ่ เพื่อให้สามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจครบวงจรเหล่านั้น และถือเป็นความท้าทายสำคัญสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก ที่ต้องเรียนรู้มาตรฐานสากลในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ยกระดับมาตรฐานการให้บริการทั้งในด้านกระบวนการ อุปกรณ์ และที่สำคัญคือการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีทักษะที่เพียงพอในการให้บริการระหว่างประเทศซึ่งต้องเน้นในด้านภาษาและทักษะด้าน IT มากขึ้น

การรวมตัวอย่างเข้มแข็งของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ท้องถิ่นของไทยถือเป็นทางรอดอีกทางหนึ่ง เพราะการแข่งขันและพัฒนาระบบ IT และการลงทุนในอุปกรณ์ เครื่องมือ และยานพาหนะ ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ให้บริการเพียงรายเดียว แต่หากมีการรวมกลุ่มและพัฒนาร่วมกัน จะทำให้เกิด economy of scale จากการลงทุนมากขึ้น รวมถึงยังสามารถสร้างอำนาจในการต่อรองกับผู้ให้บริการขนาดใหญ่จากต่างประเทศได้ ในกรณีที่ต้องเข้าไปรับช่วงงาน (sub-contract) ซึ่งต้องอาศัยการผลักดันและสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งในด้านนโยบายส่งเสริมการลงทุนและการสนับสนุนด้านการเงิน การสนับสนุนหรือสร้าง cloud platform สำหรับใช้งานร่วมกันของผู้ให้บริการรายย่อย การกำกับดูแลให้เกิดความเป็นธรรมในการแข่งขัน การสนับสนุนด้านยกระดับแรงงานและหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษา และการรับฟังปัญหาและทำงานร่วมกับภาคเอกชนอย่างใกล้ชิด เป็นต้น

ในด้านผู้ใช้บริการ หรือผู้ส่งออก-นำเข้า การรวมตัวและขยายขอบเขตของการให้บริการของผู้เล่นรายใหญ่ นอกจากจะส่งผลให้มีตัวเลือกในการให้บริการน้อยลง และมีความสามารถในการต่อรองสำหรับการต่อรองกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์น้อยลงแล้ว ยังจะได้รับผลกระทบจากระบบ e-commerce และการพัฒนาระบบ e-logistics และ blockchain ในอุตสาหกรรม โลจิสติกส์เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะกระบวนการจองระวาง การจัดการเอกสารการขนส่ง การตรวจสอบสถานะและการติดตามสินค้า รวมไปถึงการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งและพิธีการศุลกากร ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ 100% จึงจำเป็นต้องเรียนรู้แนวทางการเชื่อมต่อและพัฒนาระบบภายในองค์กรให้สามารถเชื่อมต่อการปฏิบัติงานผ่านระบบ platform ของสายเรือและ e-marketplace เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ทั้งการลดต้นทุนการขนส่งและการสร้างโอกาสทางการค้าผ่าน e-commerce platform ได้มากที่สุดเช่นกัน

“ASEAN-Hong Kong FTA: Opportunity to Explore Business to China”



เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2561 ที่ผ่านมา โดย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย และองค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (HKTDC) จัดสัมมนาเรื่อง “ASEAN – Hong Kong FTA โอกาสทางการค้าเพื่อเปิดตลาดสู่แดนมังกร” หรือ “ASEAN-Hong Kong FTA: Opportunity to Explore Business to China” ณ โรงแรมแลนด์มาร์ค กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมสัมมนามากกว่า 300 คน โดยมีคุณกัญญกัต ดันติพิพัฒน์พงศ์ ประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย เข้าร่วมงานและให้การต้อนรับ คุณอรอนม ทวีพิทยธรธรรม อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งให้เกียรติร่วมกล่าวปาฐกถาพิเศษเพื่อเตรียมความพร้อมและชี้โอกาสให้แก่ผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ฮ่องกง โดยสรุปสาระสำคัญดังนี้

ปัจจุบัน ฮ่องกงเป็นคู่ค้าอันดับ 8 ของไทย ในปี 2560 โดยมูลค่าการค้ารวมระหว่างไทยกับฮ่องกง 15.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 16.42 สินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปฮ่องกง ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า เม็ดพลาสติก ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง สินค้านำเข้าจากฮ่องกง ได้แก่ เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์อัญมณีและเครื่องประดับ และผ้าผืน การลงทุนปี 2560 ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI เป็นอันดับที่ 8 จำนวน 41 โครงการคิดเป็นมูลค่า 7.16 พันล้านบาท

ฮ่องกงเป็นคู่ค้าและนักลงทุนที่สำคัญของไทย มีศักยภาพในการเป็นประตูการค้าและการลงทุนไปสู่ตลาดใหญ่อีกอย่างจีน ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีการค้าสินค้า บริการ และการลงทุน ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ฮ่องกง (AHKFTA) และความตกลงด้านลงทุนอาเซียน-ฮ่องกง (AHKIA) ซึ่งรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนและฮ่องกงได้ลงนามเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2560 และจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2562 ได้

การเปิดเสรีระหว่างอาเซียน-ฮ่องกง แบ่งการเปิดตลาดสินค้าได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1. สินค้าที่ลดภาษีเหลือร้อยละ 0 ภายใน 3 ปี นับจากปี 2562 (6,364 รายการ เช่น ทองคำ วังจระพิมพ์ ยางสังเคราะห์)
2. สินค้าที่ลดภาษีเหลือร้อยละ 0 ภายใน 10 ปี (1,750 รายการ เช่น พลาสติก เสื้อผ้า ฯลฯ)
3. สินค้าที่ลดภาษีเหลือร้อยละ 0-5 ภายใน 12 ปี (435 รายการ เช่น รองเท้า ผลิตภัณฑ์แผ่นรีดทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้าไม่เจือ ธนบัตรทุก ฯลฯ)
4. สินค้าที่ลดภาษีเหลือร้อยละน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50 ภายใน 14 ปี (650 รายการ เช่น น้ำมันผลไม้/น้ำผักสำหรับเด็ก รถยนต์สำหรับขนส่งบุคคล ลวดและเคเบิล ฯลฯ) และ
5. สินค้าที่ไม่ลดภาษี (359 รายการ เช่น กระดาษเย็บ รถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้า กระเทียม ฯลฯ) ขณะที่ฮ่องกงผูกพันทุกรายการสินค้าที่ร้อยละ 0 ซึ่งจะเป็นการสร้างความมั่นใจและแน่นอนในการทำการค้าของผู้ประกอบการไทยและอาเซียน เพราะฮ่องกงจะไม่สามารถขึ้นภาษีเกินร้อยละ 0 กับอาเซียนได้

ในส่วนของการเปิดตลาดเสรีการค้าบริการและการลงทุนไทย อนุญาตให้ผู้ให้บริการของฮ่องกงเข้ามาลงทุนในไทย จำนวน 74 สาขาย่อย เช่น สาขาบริการให้คำปรึกษาในการวางแผนการเกี่ยวกับกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ (ไม่รวมกฎหมายในประเทศ) สาขาบริการผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์และวีดิทัศน์ สาขาบริการวิดีโอเท็กซ์ และสาขาบริการให้เช่าวางจร เป็นต้น ขณะที่ฮ่องกงอนุญาตให้ผู้ให้บริการของไทยเข้ามาลงทุนในฮ่องกงได้ จำนวน 77 สาขาย่อย โดยให้ไทยถือหุ้นร้อยละ 100 แบบไม่มีเงื่อนไขในสาขาบริการด้านการผลิตเนื้อหารายการแก่ผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์

ประโยชน์ที่คาดว่าไทยจะได้รับจากความตกลงอาเซียน-ฮ่องกง ในส่วนของการค้าสินค้านั้น นอกจากฮ่องกงจะไม่สามารถขึ้นภาษีสินค้าที่ส่งออกจากอาเซียนได้แล้ว การลดภาษีสินค้ายังเป็นการสนับสนุนโอกาสทางการค้าระหว่างกันมากขึ้น รวมทั้งความตกลงมีกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าที่รัดกุมทำให้ผู้ประกอบการไทยคลายความกังวลในประเด็นการสวมสิทธิ์ของสินค้าจากประเทศคู่ค้าอื่นๆ ได้ระดับหนึ่ง

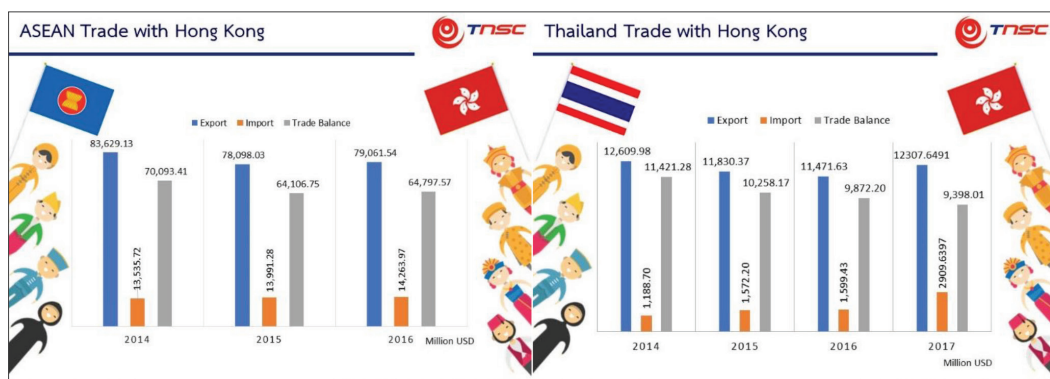
การเสวนาในช่วงเช้าในหัวข้อ ASEAN-Hong Kong FTA: Trade Opportunity to Hong Kong Market โดยมี Mr.Sukij Kongpiyacharn, Director, TNSC ร่วมกับ Mr.Willy Lin, Chairman of The Hong Kong Shippers' Council และ Mr.Alex Ng, Executive Director of Kerry Logistics (Thailand) Ltd. เข้าร่วมเสวนา โดยสรุปสาระสำคัญดังนี้

- ไทยจะได้รับโอกาสทางการค้าจากความตกลงดังกล่าวและสิทธิประโยชน์ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศจีนได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้าที่ส่งไปขายต่อที่จีน ไม่มีภาษีนำเข้าและอุปสรรคทางการค้า รวมถึงสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนภายใต้ความตกลง HKSAR (Hong Kong Special Administrative Region) และนโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุนในประเทศจีน ฉบับที่ 13 ในการส่งเสริมการลงทุนที่จะเข้าไปในฮ่องกง โดยกำหนดวงเงินที่รัฐบาลให้การสนับสนุนเงินสมทบและเงินชดเชยภาษีรวมถึงสิทธิประโยชน์จากการเข้าไปลงทุนในประเทศจีน โดย เพิ่มเติม

- ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทย ใช้สิทธิประโยชน์จากกรอบความตกลงดังกล่าวอย่างเต็มที่ เนื่องจากฮ่องกงเป็นประเทศที่เกือบจะไม่มีภาษีนำเข้าและรวมถึงเรื่องการค้าอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างฮ่องกงสู่จีน ได้อีกของทางหนึ่ง เช่น ความตกลง CEPA ระหว่างจีนและฮ่องกง ไทยจะได้รับประโยชน์ในเชิงวิทยาศาสตร์จากความตกลง AHKFTA โดยการใช้ฮ่องกงเป็นประตูการค้าสู่ตลาดใหญ่อีกอย่างจีน รวมถึงนโยบาย One Belt One Road (OBOR) ของจีนวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงของจีนกับอีก 64 ประเทศทั่วโลก ซึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายของประเทศไทยที่จะเป็นจุดเชื่อมโยงในภูมิภาค (Connectivity) ทั้งทางบก ทางอากาศ และทางทะเล เพื่อให้ไทยเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน

- ไทยสามารถขยายตลาดสินค้าเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก HK ลดภาษีสินค้า 100% โดยเฉพาะสินค้าเกษตร อัญมณีและเครื่องประดับ เสื้อผ้ารับจ้างผลิต (OEM) สินค้าอาหารจะได้ประโยชน์เพิ่มขึ้น

- ฮ่องกงเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถด้านโลจิสติกส์ทั้งทางน้ำและทางอากาศ โดยในอนาคตมีการวางแผนที่จะผลักดันให้เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งทางทะเลและอากาศในเอเชีย ซึ่งจะเป็ประโยชน์กับอาเซียนและไทยเป็นอย่างมาก



การเสวนาช่วงบ่ายในหัวข้อ Hong Kong – Thailand FTA Economic and Technical Cooperation (ECOTECH) under the ASEAN-Hong Kong FTA-Priorities โดยมี Dr.Chaicharn Charoensuk (Ph.D.), Secretary General, TNSC ร่วมกับ Mr.Willy Lin, Chairman of Hong Kong Productivity Council และ Dr.Wimonkan Kosumas, Deputy Director-General of Office of SMEs Promotion (OSMEP) เข้าร่วมเสวนา โดยสรุปสาระสำคัญดังนี้

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้ข้อมูลเรื่องขีดความสามารถของ SME ไทยที่ส่งออกไปยังตลาดจีนและฮ่องกงมากที่สุดได้แก่ผลิตภัณฑ์พลาสติก ไม้ ผักและผลไม้ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรกล เป็นต้น โดยคาดว่าโอกาสทางธุรกิจของ SME ไทยในตลาดฮ่องกงซึ่งไทยมีศักยภาพ เช่น ด้านนวัตกรรมอาหาร (Functional Food) สุขภาพและการรักษาโรค (Smart Health/Medical Device) ด้าน Movie Industry

- สภาผู้ส่งออก ให้ข้อมูลเรื่องของการเร่งดำเนินการด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าและโลจิสติกส์ซึ่งประเทศไทยมีแผนในการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ระดับชาติ และมีเป้าหมายหลัก 4 ด้าน รวมไปถึงแผนความเชื่อมโยงระบบ NSW และ ASW ซึ่งอยู่ระหว่างการเร่งดำเนินการให้แล้วเสร็จ โดยคาดว่าจะให้มีการเชื่อมโยงแบบ International Link (G2G : G2B : B2G : B2B) โดยเร็ว ซึ่งจะเป็นการอำนวยความสะดวกและเพิ่มศักยภาพให้ผู้ประกอบการทั้งไทย ฮ่องกง และอาเซียน สามารถเพิ่มปริมาณการค้าระหว่างกันเพิ่มมากขึ้น หลังจากที่ความตกลงมีผลบังคับใช้

- การพัฒนารูปแบบความร่วมมือทางการค้าจะต้องเริ่มจากโครงสร้างพื้นฐานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าที่แข็งแกร่งแล้วถึงเรียงลำดับการพัฒนาที่มีความต่อเนื่อง เช่น ความร่วมมือด้านพิธีการศุลกากร>โลจิสติกส์>ด้านสาขาวิชาชีพ>สู่ความร่วมมือด้าน SME และ e-Commerce ตามลำดับ เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด และท้ายที่สุดของการพัฒนาจะสามารถนำมาซึ่งความเป็นชาติการค้า Trading Nation อย่างสมบูรณ์แบบในปี 2032 ได้แน่นอน

Logistics Qualification System Program: LQSP PLUS

Certified Logistics Professional

(หลักสูตรประกาศนียบัตรโลจิสติกส์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง)

LQSP+

TNSC Movement

การพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ของภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทยมีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ทั้งภาคการผลิตและบริการ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการต่างๆ ของระบบโลจิสติกส์ การพัฒนาบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาโลจิสติกส์ ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่ ประสบความสำเร็จในการพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ทั้งในระดับปฏิบัติการ ผู้บริหารระดับกลางและผู้บริหารระดับสูง สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศ

สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) โดยความร่วมมือกับ Japan Institute of Logistics System (JILS), Japan External Trade Organization (JETRO) และมหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้ดำเนินการจัดอบรมหลักสูตรประกาศนียบัตรโลจิสติกส์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง (Logistics Qualification System Program: LQSP) มาตั้งแต่ปี 2550 โดยนำรูปแบบการอบรมและการทดสอบความรู้ในประเทศญี่ปุ่นมาเป็นต้นแบบและประยุกต์ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย โดยยังคงมาตรฐานทั้งในด้านวิชาการและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละกิจกรรมโลจิสติกส์ โดยในปี 2561 สภาผู้ส่งออก ได้มีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย เรียนรู้เทคโนโลยีดิจิทัลที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมต่างๆด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทำไมคุณถึงไม่ควรพลาดในการเข้าอบรมหลักสูตร?

- เป็นหลักสูตรที่ได้รับการยอมรับจากสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน
- หลักสูตรนี้สามารถยืนยันความพร้อมของผู้ที่ผ่านการอบรมในเรื่องการปฏิบัติงานและการบริหารงานด้านโลจิสติกส์ดังเช่นที่เกิดขึ้นในภาคอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น
- ผู้เรียนจะได้รับการถ่ายทอดความรู้จากประสบการณ์และการปฏิบัติงานจริงโดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ
- ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ภายในองค์กรเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กรได้จริง
- LQSP Alumni มีเครือข่ายบุคลากรด้านโลจิสติกส์ที่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพกว่า 200 คน

คุณสมบัติผู้เข้าอบรม

- ทำงานอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง (หรืออยู่ในตำแหน่งหัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่ายหรือแผนก/ผู้ช่วยผู้จัดการ หรือผู้จัดการขึ้นไป) ในทุกอุตสาหกรรม ทุกขนาดกิจการ หรือ
- มีประสบการณ์ในการทำงานด้านโลจิสติกส์หรือด้านที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ปี หรือ มีประสบการณ์ในการทำงานด้านโลจิสติกส์อย่างน้อย 2 ปี สำหรับผู้ที่สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี/ปริญญาโท ทางด้านโลจิสติกส์หรือการจัดการซัพพลายเชน บริหารธุรกิจ หรือสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

จำนวนผู้เข้าอบรม	30 ท่าน
ภาษาที่ใช้ในการอบรม	ภาษาไทย
รูปแบบในการอบรม	เชิงวิชาการ 30% เชิงปฏิบัติการ 70% (การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น / การระดมสมอง / กรณีศึกษา / กรณีตัวอย่าง / กิจกรรมกลุ่ม/ศึกษาดูงาน)
การสอบ	สอบข้อเขียน จำนวน 2 ครั้ง สอบปากเปล่า จำนวน 1 ครั้ง รายงาน จำนวน 1 เล่ม
เกณฑ์การประเมินผล	ต้องสอบผ่านทั้งข้อเขียนและเล่มรายงาน โดยมีคะแนนรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 60
ระยะเวลาในการอบรม	เดือนกันยายน – พฤศจิกายน 2561 (ทุกวันศุกร์-เสาร์)
สถานที่อบรม	โรงแรมดิเอทัส ลุมพินี ถ.พระราม 4
กำหนดรับสมัคร	1 มิถุนายน – 15 สิงหาคม 2561
วิธีการรับสมัคร	1. ผู้ที่สนใจเข้าร่วมอบรม สามารถสมัครได้ที่ https://goo.gl/Vxzmt0 หรือ Scan QR code



LQSP Plus Full Course*		
1) สมาชิก สรท.	Early Bird**	ราคา 38,610 บาท
	ราคาปกติ	ราคา 42,900 บาท
2) บุคคลทั่วไป	Early Bird**	ราคา 44,910 บาท
	ราคาปกติ	ราคา 49,900 บาท
**สมัครและชำระเงิน ภายใน 15 ก.ค 61 รับส่วนลด 10%		
Mini LQSP Plus Course (Unit 1-5) (ระยะเวลาเรียน 9 วัน)**		
1) สมาชิก สรท.		ราคา 27,900 บาท
2) บุคคลทั่วไป		ราคา 34,900 บาท

วิทยากร

- คุณพจมาน ภาษวรินทร์**
 - อดีตผู้อำนวยการบริหารด้าน Supply Chain Management บริษัท เนสท์เล่ (ประเทศไทย) จำกัด
 - ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
 - ประธาน Thailand Supply Chain Management Professional (TSCMP)
 - ประธาน ECR Thailand
- ดร.ชัยชาญ เจริญสุข**
 - เลขาธิการ สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
 - ผู้อำนวยการส่วนการตลาดต่างประเทศ บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน)
- คุณราชนันท์ ชัยวัฒนานนท์**
 - ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและปฏิบัติการโลจิสติกส์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- คุณเตชะ บุญยะชัย**
 - รองประธาน สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
 - ประธานคณะกรรมการ Global Logistics สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
- ดร.ศรายุทธ แสงจันทร์**
 - รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มงานการเงินบริษัทน้ำตาลมิตรผล จำกัด

ตัวอย่างบริษัท/หน่วยงานที่เคยเข้าร่วมอบรม



สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
ฝ่ายสร้างความสัมพันธ์และสนับสนุนสมาชิก (คุณวัชรินทร์, คุณภคพล)
โทร. 02-679-7555 ต่อ 502, 503 || e-mail: watcharin@tnsc.com, pakapol@tnsc.com

หมายเหตุ:
* ผู้ที่ลงทะเบียน LQSP Plus Full Course จะได้รับประกาศนียบัตรที่ออกโดยสภาผู้ส่งออก, JILS, JETRO
** ผู้ที่ลงทะเบียน Mini LQSP Plus Course จะได้รับประกาศนียบัตรที่ออกโดยสภาผู้ส่งออก

ภาพงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2018 เมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม (9-11 พ.ค. 61)

เมื่อวันที่ 10 พ.ค.61 ที่ผ่านมา คุณสมบัติ เปรมประภา รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) ในฐานะผู้แทนจากสภาผู้ส่งออก เป็นเกียรติเปิดงานสุดยอดแบรนด์ไทย 2561 (Top Thai Brands 2018) ณ ศูนย์แสดงสินค้า Saigon Exhibition & Convention Center (SECC) นครโฮจิมินห์ ร่วมกับผู้แทนฝ่ายไทย ได้แก่ นางอรุณีรัตน์ รัตนพฤกษ์ กงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์ นางสาวธาริธา ไตรนรพงศ์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ (รักษาการ) สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ (สคต.) ประจำนครโฮจิมินห์ ผู้แทนจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ร่วมด้วยผู้แทนจากนครโฮจิมินห์ นำโดย Ms. Nguyen Van Nga Deputy Director-General Agency for Southern Affairs of Ministry of Industry and Trade Vietnam และหน่วยงานพันธมิตรต่างๆที่จากประเทศไทย และประเทศเวียดนาม ร่วมแสดงความยินดี

งานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย (Top Thai Brands 2018) ณ นครโฮจิมินห์ในครั้งนี้ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 10 - 13 พฤษภาคม 2561 รวมทั้งสิ้น 4 วัน เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการแบรนด์ไทยให้เป็นที่รู้จัก และเชื่อมั่นให้มากขึ้น ตลอดจนสร้างความต้องการในตลาดเวียดนาม สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดพลังความร่วมมือสูงสุดระหว่างกันของผู้ประกอบการไทย และเวียดนาม โดยในสองวันแรกจะเป็นวันเจรจาธุรกิจ (Trade Day) และอีกสองวันสุดท้าย จะเป็นวันค้าปลีกสำหรับประชาชนทั่วไป (Public Day)

โดยในงานปีนี้ มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมแสดงสินค้ามากกว่า 255 คูหา ในกลุ่มสินค้าหลักที่จัดแสดงภายในงานประกอบด้วย สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจบริหารร้านอาหาร แฟรนไชส์ สินค้าสุขภาพและความงาม โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย สินค้าอุปกรณ์ ส่วนประกอบ อะไหล่ยานยนต์ สินค้าของใช้ภายในบ้าน สินค้าแฟชั่นที่มีดีไซน์ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง และธุรกิจบริการต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมชมงานในครั้งนี้เป็นอย่างมาก



ปฏิทินกิจกรรม และการศึกษาดูงาน เดือน กรกฎาคม-กันยายน 2561

JULY

- 6-8 งานมหกรรมทรัพย์สินทางปัญญา (IP Fair 2018)**
โดย กรมทรัพย์สินทางปัญญา
ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุม ไบเทค
- 11 TNSC Site Visit ครั้งที่ 3**
โดย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
บจก.โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) โรงงานบ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 1,600 บาท บุคคลทั่วไป 2,750 บาท
- 16 การสัมมนาหัวข้อ “มองวิกฤตให้เป็นโอกาสกับตลาดตะวันออกกลางและโอกาสของนักลงทุนไทยจากงาน World Expo 2020 Dubai”**
โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่
สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
ณ ห้อง Auditorium ชั้น 1 สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ(รัชดา)
ไม่มีค่าใช้จ่าย (ปิดรับสมัครเมื่อครบตามจำนวน)
- 19 การสัมมนาหัวข้อ “Digital Transformation จัดกระบวนการธุรกิจระดับโลกดิจิทัล”**
โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ
สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 1 อาคาร 6 ชั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ด.รัชดาภิเษก
ไม่มีค่าใช้จ่าย (ปิดรับสมัครเมื่อครบตามจำนวน)

AUGUST

- 9-12 งานแสดงสินค้า Top Thai Brands**
โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ณ Kuala Lumpur Convention Center (KLCC)
กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย
- 16 TNSC Site Visit ครั้งที่ 4**
โดย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
ณ บจก.โมโยอร์ อินดัสตรีส์ จ.ชลบุรี
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 1,600 บาท บุคคลทั่วไป 2,750 บาท
- 16-19 งานแสดงสินค้า Top Thai Brands**
โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
Culture Friendship Exhibition Center ฮานอย ประเทศเวียดนาม
- 29-31 งาน TILOG-LogistiX 2018 (สัมมนา 2 หัวข้อ)**
โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับ Reed Tradex
ณ ฮอลล์ 98 ศูนย์นิทรรศการและการประชุม ไบเทค
ไม่มีค่าใช้จ่าย (ปิดรับสมัครเมื่อครบตามจำนวน)

SEPTEMBER

- 13-16 งานแสดงสินค้า Thailand Innovation and Design Expo 2018 (T.I.D.E.2018)**
โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
- 20 TNSC Site Visit ครั้งที่ 5**
โดย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
ณ บจก.กานตะ-วันอุตสาหกรรม จ.นครปฐม
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 1,000 บาท บุคคลทั่วไป 2,750 บาท

หลักสูตร การอบรมระยะสั้นหลักสูตรประกาศนียบัตรโลจิสติกส์
รายละเอียดเพิ่มเติม หน้า 7

ท่านสามารถสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดแต่ละกิจกรรม และค่าลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรมได้ที่ ฝ่ายสร้างความสัมพันธ์และสนับสนุนสมาชิก สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) โทรศัพท์ 02-6797555 ต่อ 503, 501 (ติดต่อ คุณภคพล, คุณสิริพรรณ) หรือที่ E-mail: pakapol@tnsc.com, siripan@tnsc.com

หมายเหตุ : รายละเอียดต่างๆ อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม
ค่าลงทะเบียนรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% แล้ว

บริการจัดฝึกอบรมในหน่วยงานหรือองค์กร (In-House Training)
หัวข้อและระยะเวลาการฝึกอบรมขึ้นอยู่กับความต้องการของบริษัทสมาชิกผู้ขอรับบริการ