



TNSC NEWSLETTER

สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) | Thai National Shippers' Council | Issue 09/2018 | กันยายน 2561

www.tnsc.com



ASEAN LOGISTICS Solutions



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

สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก)
1168/97 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้น 32 โซน C
ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
E-mail : tnsc@tnsc.com

สารบรรณาธิการ

Newsletter ฉบับเดือนกันยายนี่ เป็นเดือนสุดท้ายของไตรมาสที่ 3 ของปี ทางผู้จัดทำได้สรุปเนื้อหาจากการสัมมนา "e-Commerce and Logistics Disruption" และประเด็นด้านโลจิสติกส์ชายแดนกับการแข่งขันในตลาด CLMV มาสรุปให้ท่านผู้อ่าน ได้ติดตาม รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเดือนที่ผ่านมา

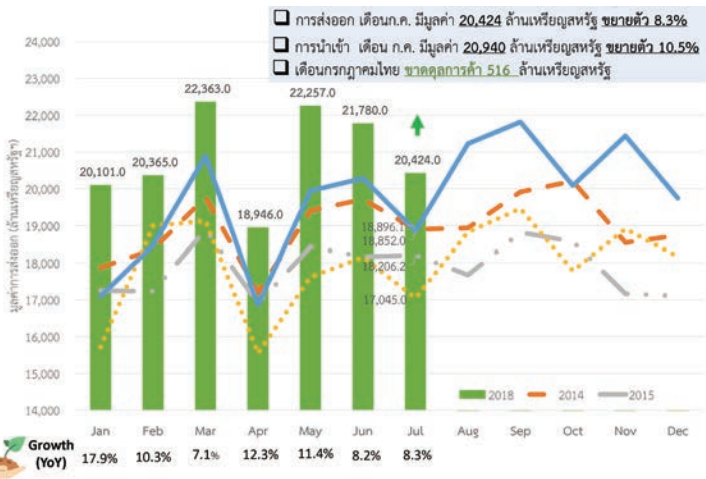
นอกจากนี้ยังได้นำเสนอตัวเลขการส่งออกในช่วง 7 เดือนแรกที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยการส่งออก 7 เดือนแรกมีมูลค่า 20,424

ล้านเหรียญสหรัฐ แต่ทั้งนี้ในช่วง 1-2 เดือนที่ผ่านมา จะพบสัญญาณของการผันผวนของค่าเงินในตลาดต่างประเทศอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรฐานทางการค้าของสหรัฐฯ และนโยบายของแต่ละประเทศ และแม้ว่าค่าเงินบาทของไทยยังอยู่ในระดับที่ดี ผู้ส่งออกก็ควรระมัดระวังและบริหารความเสี่ยงต่างๆ นี้ให้

บรรณาธิการ

Thailand Economic Outlook :

ภาพรวมสถานการณ์ส่งออกรายเดือนระหว่างปี 2014-2018



การส่งออกในเดือน มกราคม-กรกฎาคม 2561

By Industrial products มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ) เติบโต สัดส่วน

1. รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	16,828	14.0	11.5
2. อุตสาหกรรมอาหาร	12,224	10.3	8.4
3. คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	11,574	15.9	7.9
4. ผลิตภัณฑ์ยาง	6,291	10.1	4.3
5. เม็ดพลาสติก	6,048	23.5	4.1
6. วัสดุก่อสร้าง	5,690	17.1	3.9
7. เคมีภัณฑ์	5,289	29.0	3.6
8. น้ำมันสำเร็จรูป	5,007	37.3	3.4
9. แผงวงจรไฟฟ้า	4,881	5.9	3.3
10. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	4,645	6.1	3.2

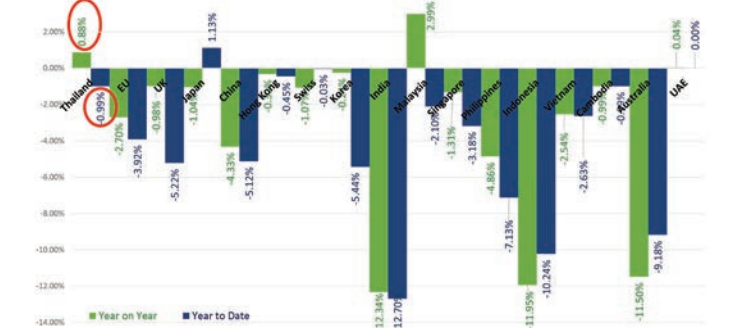
By Agricultural products มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ) เติบโต สัดส่วน

1. อาหารอื่น ๆ	4,239	21.9	2.9
2. อาหารทะเลแช่แข็ง กระจับองและแปรรูป	3,272	2.3	2.2
3. ข้าว	3,148	14.0	2.2
4. ผัก ผลไม้สด แช่แข็ง กระจับองและแปรรูป	2,968	4.2	2.0
5. ยางพารา	2,808	-23.3	1.9
6. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	1,809	12.7	1.2
7. ไม้สัดแช่แข็งและแปรรูป	1,746	12.4	1.2
8. น้ำตาลทราย	1,697	-7.3	1.2

By Country มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ) เติบโต สัดส่วน

1. เอเชีย (5)	22,433	13.4	15.3
2. จีน	17,319	6.9	11.8
3. CLMV	16,339	17.7	11.2
4. สหรัฐอเมริกา	15,865	6.3	10.8
5. ญี่ปุ่น	14,465	17.0	9.9
6. สหภาพยุโรป (15)	13,504	10.5	9.2
7. ทวีปออสเตรเลีย (25)	7,518	10.7	5.2
8. อีแองก	7,249	6.3	5.0
9. เอเชียใต้	6,530	21.8	4.5
10. ตะวันออกกลาง (15)	5,103	-1.7	3.5

สถานการณ์ความเคลื่อนไหวอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 5 ก.ย. 61 : 33.88 บาท/เหรียญสหรัฐ (อ่อนค่า 0.99% Year-to-Date และแข็งค่า 0.88 Year-on-Year) ค่าเงินเหรียญสหรัฐ มีแนวโน้มแข็งค่าจากการคาดการณ์การปรับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐ รวมถึงนักลงทุนเข้าซื้อสินทรัพย์สหรัฐฯ มากขึ้นเนื่องจากมองว่าเป็นสินทรัพย์ปลอดภัย จากความไม่แน่นอนในตลาด Emerging Market ที่อ่อนค่า เช่น ตุรกี, อาร์เจนตินา, อินโดนีเซีย เป็นต้น

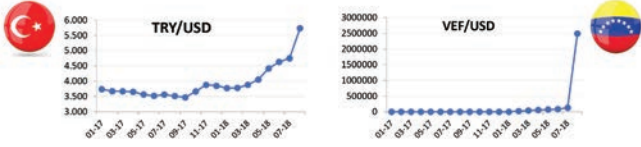


สถานการณ์การส่งออกสินค้าสำคัญ เดือนกรกฎาคม 2561

สินค้าส่งออกสำคัญ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)	Jul/18	Forecast 2018
กลุ่มสินค้าส่งออก "เกษตร"			
ข้าว	427	-4.9%	8% ▲
ยางพารา	378	-6.0%	-10% ▼
น้ำตาล	306	41.1%	2% ▲
มันสำปะหลัง	181	-16.1%	2% ▲
กลุ่มสินค้าส่งออก "อาหาร"			
อาหารอื่นๆ	589	12.8%	▲
ผักและผลไม้สด แช่แข็ง และแปรรูป	454	-8.8%	▼
อาหารทะเลแช่แข็ง กระจับอง และแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง)	382	18.4%	▲
กุ้งสดแช่แข็งและกุ้งแปรรูป	108	-32.1%	▼
ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป	264	14.1%	▲
กลุ่มสินค้าส่งออก "ยานพาหนะ"			
ยานพาหนะ	1,676	9%	▲
อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,514	27%	▲
กลุ่มสินค้าส่งออก "ไฟฟ้า-อิเล็กทรอนิกส์"			
เครื่องใช้ไฟฟ้า	1,939	4.9%	▲
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	1,616	11.1%	▲
แผงวงจรไฟฟ้า	689	0.2%	▲
Hard Disk Drive	549	3.5%	▲
เครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบ	419	22.2%	▲
กลุ่มสินค้าส่งออก "พลังงาน"			
ผลิตภัณฑ์ยาง	911	24.2%	10% ▲
เคมีภัณฑ์	776	12.7%	19% ▲
เม็ดพลาสติก	859	37.8%	▲
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	350	10.6%	12% ▲
กลุ่มสินค้าส่งออก "อื่นๆ"			
น้ำมันสำเร็จรูป	820	18.7%	20% ▲
วัสดุก่อสร้าง	800	23.6%	15% ▲
อัญมณี และเครื่องประดับ (รวมทองคำ)	693	7.7%	0% =
สิ่งทอ	606	22.5%	9% ▲

กลุ่มประเทศที่มีความผันผวนของค่าเงิน ส่งผลการค้าในภาพรวม

	Venezuela	Turkey	Argentina	India	Brazil	Russia	Indonesia
GDP growth	-13%	7.4%	3.60%	8.2	1%	1.8%	5.27%
inflation	82,766%	15.20%	31.20%	4.17%	4.48%	2.50%	3.20%
interest rate (Jul)	20.81%	17.75	60%	6.50%	6.50%	7.25%	5.50%
TH Import (% of total import)	0.0040%	0.12%	0.28%	1.85%	0.78%	0.88%	3.38%
TH Export (% of total export)	0.0042%	0.50%	0.53%	3.08%	0.58%	0.47%	4.03%
Exchange rate(YTD)	-2401878%	-74.85%	-104.67%	-11.42%	-25.48%	-18.02%	-10.73%



Turkey and Venezuela Crisis

วิกฤตตุรกี

สาเหตุ :

- สหรัฐประกาศขึ้นภาษีเหล็ก และอลูมิเนียม
- ความไม่แน่นอนทางการเมือง
- “ขาดดุลแฝด” ทั้งดุลบัญชีเดินสะพัดและดุลงบประมาณ พร้อมกัน 19% / GDP
- มีหนี้ต่างประเทศในอัตราส่วนที่สูง
- เงินทุนไหลออก

การแก้ปัญหา

- การเจรจาความร่วมมือลงทุนกับกาตาร์มูลค่า 1.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ
- การร่วมมือกับรัสเซีย ทำการค้าขายโดยไม่ใช้เงินสกุลเหรียญสหรัฐ (national currency)
- การเพิ่มสภาพคล่องในระบบเศรษฐกิจ

การเพิ่มสภาพคล่องในระบบเศรษฐกิจ อาจทำให้อัตราเงินเฟ้อเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่เพื่อขึ้นกว่าเดิม หากไม่มีการจัดการที่ดี

วิกฤตเวเนซุเอลา

สาเหตุ :

- ราคาน้ำมันตกในช่วงกลางปี 2014
- การพึ่งพิงการส่งออกน้ำมันกว่า 95%
- ดำเนินนโยบายด้วยโดยเน้นประชานิยม
- การใช้นโยบายการขาดดุลการค้า
- การควบคุมราคาสินค้า (ทำให้ผู้ประกอบการหลายแห่งปิดตัวเนื่องจากแบกรับต้นทุนที่สูงจากอัตราเงินเฟ้ออย่างต่อเนื่อง)

การแก้ปัญหา

- การปรับค่าจ้างขึ้นต่ำขึ้น 3,000%
- การเปลี่ยนสกุลเงิน เป็นสกุล Sovereign Bolivar (ปรับเลขลง 5 หลัก)
- การปรับภาษีมูลค่าเพิ่มเป็น 16%

การเพิ่มสภาพคล่องในระบบเศรษฐกิจ อาจทำให้อัตราเงินเฟ้อเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่เพื่อขึ้นกว่าเดิม หากไม่มีการจัดการที่ดี

ประมาณการทิศทางการส่งออกไทย ปี 2018 (Forecast 9% Growth)

ปัจจัยบวก

- + ตลาดหลักส่วนใหญ่ยังขยายตัวได้ดีสอดคล้องกับภาวะการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก
- + การขาดดุลการค้าในเดือนกรกฎาคม เกิดจากการนำเข้าสินค้าทุนและวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง
- + ดัชนีคาดการณ์ภาวะธุรกิจส่งออก สูงกว่าระดับ 55 แสดงให้เห็นถึงมุมมองของผู้ส่งออกยังมีทิศทางเป็นบวกอยู่และส่งผลต่อภาคการส่งออกของไทย
- + ผลกระทบเชิงบวกจากสถานการณ์สงครามการค้า จีน-อียู ปรับขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าเกษตรจากสหรัฐฯ ส่งผลดีต่อสินค้าไทยที่มีโอกาสส่งออกไปสหรัฐฯ ทดแทนเงิน เช่น พืชเกษตรและอาหารทะเล และมีแนวโน้มกระจายตลาดการส่งออกในตลาดใหม่มากขึ้น
- + การย้ายฐานการผลิตอุตสาหกรรมเครื่องคอมพิวเตอร์ จากมาเลเซียกลับมาที่ไทย เช่น อุปกรณ์และส่วนประกอบ เนื่องจากติดปัญหาความซับซ้อนกฎข้อระเบียบบังคับภายในรวมถึงการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำของมาเลเซีย
- + การผ่อนคลาย มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี ระหว่างประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียน เช่น เวียดนามยกเลิกการจำกัดปริมาณการนำเข้าสินค้าอย่างไข่ไก่และเกลือ รวมถึงน้ำตาลที่ขณะนี้อยู่ในระหว่างการหารือ

ปัจจัยลบ

- ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น และกระทบมูลค่าการส่งออกในรูปเงินบาท
- มาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ ภายใต้กฎหมายการค้ามาตรา 201 และ 232 ยังคงส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกเครื่องซักผ้า แฝงโซลาเซลล์ เหล็ก ในขณะที่เดียวกันต้องระวังสินค้าจากสหรัฐฯ ที่จะไหลเข้าไทย ทั้งถั่วเหลือง ข้าวสาลี แต่ในภาพรวม อาจไม่ได้ส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกไทยมากนัก
- ปัญหามาตรการคว่ำบาตรอิหร่านของสหรัฐฯ ทำให้ทิศทางราคาน้ำมันดิบปรับขึ้น ราคาน้ำมันดิบปิดตลาดปรับตัวสูงขึ้นกว่าร้อยละ 3 และระดับ 75 เหรียญสหรัฐ/บาร์เรล ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขนส่งสินค้าปรับสูงขึ้น
- ราคาสินค้าเกษตรและประมงบางรายการ ที่ยังคงเผชิญสภาวะตกต่ำ โดยเฉพาะยางพารา (อุปทานล้นตลาด) ข้าว มันสำปะหลัง (จากสภาพอากาศที่มีความชื้นสูงทำให้สินค้าไม่ได้มาตรฐาน) กุ้ง (จากการขาดแคลนวัตถุดิบ)
- ปัญหาด้านโลจิสติกส์ อาทิ ปัญหาความแออัดภายในท่าเรือแหลมฉบัง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ เนื่องจากมีผู้ใช้บริการท่าเรือบรรทุกเรือเริ่มปรับราคาสำหรับบริการขนส่งตู้สินค้าทางถนนเข้าไปถึงท่าเรือ หรือปัญหาภาวะเปียกที่ไม่เอื้ออำนวยความสะดวกในการส่งออก
- สหรัฐอเมริกา เตรียมทบทวนการให้สิทธิ GSP ในช่วงเดือนตุลาคม กับ 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รวมถึงไทย ที่คาดว่าจะมีการปรับอัตราภาษีการนำเข้าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในขณะที่ จีน ที่ถูกปรับขึ้นอัตราภาษีที่ 25%
- วิกฤตภาวะเงินเฟ้อเวเนซุเอลากว่า 82,766% การอพยพของประชากร การเพิ่มค่าแรง และการเปลี่ยนสกุลเงินที่อาจทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อที่หนักขึ้น อย่างไรก็ตามการค้าขายระหว่างไทยและเวเนซุเอลา (ม.ค.-ก.ค.) มีมูลค่าการค้า 11.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการนำเข้า 5.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีสัดส่วน 0.0040% ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด และส่งออก 6.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วน 0.0042% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด
- มาตรการกีดกันการค้าจากสหรัฐฯ ขึ้นภาษีเหล็กและอลูมิเนียม 50% ส่งผลต่อวิกฤตเศรษฐกิจและค่าเงินดรูกรีกอ่อนค่ารุนแรง สะท้อนถึงภาระหนี้ต่างประเทศที่สูงขึ้นและจากความไม่มีเสถียรภาพของค่าเงินจะทำให้กลุ่มธนาคารของยุโรปในฐานะเจ้าหนี้ได้รับผลกระทบที่ลุกลามเป็นวงกว้าง และกระทบภาคการส่งออกของดรูกรีกโดยตรงผู้ประกอบการไทยต้องระมัดระวังเรื่องการค้าขายกับดรูกรีกรวมถึงเทอมการชำระเงิน

ข้อเสนอแนะที่สำคัญโดยสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

- ผู้ประกอบการส่งออก รวมถึง SMEs ควรสร้างความเข้าใจเตรียมรับมือและพิจารณาการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อประกันความเสี่ยงทางอัตราแลกเปลี่ยน เช่น Local Currencies, การเปิดบัญชี Foreign Currencies Deposit: FCD จากปัจจัยของการแข็งค่าของเงินบาทและมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งนอกจากจะส่งผลกระทบต่อตรงจุดตลาดหลักแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อทางอ้อมไปยังตลาดในห่วงโซ่อุปทานด้วย รวมไปถึงปัจจุบันต่างประเทศเริ่มลดบทบาทของเงินสกุลเหรียญสหรัฐในการค้าระหว่างประเทศและหันมาใช้รูปแบบของ Local Currencies เพิ่มมากขึ้น เช่น ดรูกรีกกับรัสเซีย เป็นต้น
- กระจายความเสี่ยงอันจะเกิดจากสงครามทางการค้า โดยการเจาะตลาดคู่ค้าใหม่ๆ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบโครงสร้างต้นทุนสินค้าและวัตถุดิบในช่วงที่ค่าเงินมีความผันผวนและการตอบโต้ของมหาอำนาจทางการค้าใน Trade war
- ส่งเสริมการสิทธิประโยชน์ ภายใต้กรอบ FTA อื่นๆ เพื่อทดแทนความเสี่ยงรายอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นจากสงครามการค้าและกระทบผู้ส่งออกในระยะสั้น รวมถึงเร่งผลักดันการเจรจาการค้าเสรีใหม่ CPTPP, RCEP, EU, Pakistan, Turkey, Bangladesh และกรอบความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจที่อยู่ระหว่างสรุปการเจรจา เพิ่มอำนาจการต่อรองทางการค้าในระยะยาว
- ส่งเสริมการค้าแบบ e-Commerce B2B Cross Border ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มสินค้าและกลุ่ม SMEs / Startup ทั้งนี้ ควรติดตาม, เฝ้าระวัง และควบคุม มาตรฐานสินค้าและกลไกการกำหนดราคาสินค้าส่งออกที่อาจส่งผลกระทบต่อสินค้าที่ขายในประเทศ จากธุรกิจข้ามชาติ (e-Commerce)
- ภาครัฐควรเร่งรัดแก้ไขปัญหาด้านโลจิสติกส์ อาทิ
 1. เร่งรัดการเพิ่มประสิทธิภาพการขนตู้สินค้าภายในท่าเรือแหลมฉบังและเชื่อมต่อการขนส่งระบบรางและ ICD นอกท่าเรือเพื่อลดเวลาดำเนินการของรถบรรทุกภายในท่าเรือ
 2. ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมซ่อมตู้คอนเทนเนอร์ภายในประเทศ เพื่อเพิ่มปริมาณและยกระดับตู้สินค้าเพื่อการส่งออกให้เพียงพอและคุณภาพตรงต่อความต้องการแก้ไข และปรับปรุงประกาศและกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ
 3. กำหนดให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศในส่วนของต้นทุนภายในประเทศ เป็นบริการควบคุมภายใต้ พระราชบัญญัติราคาสินค้าและบริการ พุทธศักราช 2542 เป็นต้น
 4. ผลักดันการค้าในทางด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Agreement) ที่สอดคล้องกับแนวทางตามกรอบของ WTO เพื่อช่วยส่งเสริมการค้าและการส่งออก

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย Top Thai Brands 2018 ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม

เมื่อวันที่ 16-19 สิงหาคม 2561 ที่ผ่านมา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) และหน่วยงานพันธมิตร ได้จัดงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย Top Thai Brands 2018 ขึ้น ณ Hanoi International Exhibition Center (ICE) กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 7 แล้ว โดยเป็นครั้งสุดท้ายปิดท้ายปีของงานแสดงสินค้าดังกล่าวนี้ด้วย ทั้งนี้มีผู้ประกอบการไทยที่เป็นกลุ่มสินค้าเป้าหมายหลักที่มุ่งจะส่งเสริม ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ของใช้ในบ้าน และครัวเรือน สินค้าสำหรับเด็ก สุขภาพและความงาม แฟชั่น (เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า และเครื่องประดับ) เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนยานยนต์ และอุปกรณ์ต่างๆ เข้าร่วมแสดงสินค้าภายในงานในปีนี รวมทั้งสิ้น 157 คูหา จาก 135 บริษัท

สภาผู้ส่งออก ได้เรียนเชิญผู้ประกอบการไทยที่เป็นสมาชิกสภาผู้ส่งออก เข้าสมัครและผ่านเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อไปแสดงสินค้าภายในงานจำนวนหลายรายด้วยกัน อาทิ บริษัท เอทีพี กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไอเอสเอ แวลู จำกัด บริษัท วอนคุณ จำกัด บริษัท มิลตาเบลโคโค จำกัด บริษัท ธนลักขณ์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เวก้าเนเจอร์ล จำกัด บริษัท กนกโปรดักส์ จำกัด บริษัท ไมเร็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

โดยในพิธีเปิดซึ่งจัดขึ้นในวันแรกของการจัดงานนั้น ได้รับเกียรติจากนางสาววันทีย์ วิพรวงศ์สกุล อุปทูตไทย ณ กรุงฮานอย กล่าวเปิดงาน และเป็นประธานในพิธีเปิดงาน นางสาวพรรณกาญจน์ เจียมสุชน อัครราชทูตที่ปรึกษาฝ่ายการพาณิชย์ ร่วมเป็นเกียรติในงาน และกล่าวต้อนรับโดย นาง ด่วน ธิ ทู ฤวี Deputy Director, Department of Ministry of Industry and Trade Vietnam พร้อมด้วยแขกผู้มีเกียรติทั้งจากฝ่ายไทยและเวียดนาม ร่วมเปิดงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย Top Thai Brands 2018 ณ กรุงฮานอย ในปีนี้อย่างเป็นทางการ

ในช่วงที่มีการจัดงานแสดงสินค้า แม้ว่าจะมีฝนตกลงมาแทบทุกวัน เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาเที่ยวชมงานในปีนี้อยู่บ้าง แต่ตลอดสี่วันของการจัดงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย ณ กรุงฮานอย ก็ได้รับการตอบรับที่ดีจากประชาชนชาวเวียดนาม ทั้งจากเมืองฮานอย และในพื้นที่ใกล้เคียงเป็นอย่างมาก มีผู้มาเที่ยวชมงานกันอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เก้าโมงเช้าไปจนถึงสามทุ่มอย่างไม่ขาดสาย นับได้ว่าเป็นความสำเร็จอย่างดียิ่ง ของงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย Top Thai Brands 2018 ที่สามารถจัดงานได้ จบท้ายปีอีกครั้ง ได้อย่างเต็มภาคภูมิ



สภาผู้ส่งออกจัดกิจกรรมเยี่ยมชมการปฏิบัติงานในเขตเศรษฐกิจการค้าเรือกรุงเทพ ครั้งที่ 1/2561

เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2561 สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) จัดกิจกรรมเยี่ยมชมการปฏิบัติงานในเขตเศรษฐกิจการค้าเรือกรุงเทพ (คลองเตย) ครั้งที่ 1/2561 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกได้ทราบถึงขั้นตอนและกระบวนการในการบริหารจัดการในด้านต่างๆ ของท่าเรือกรุงเทพ และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในการนี้ ได้นำคณะสมาชิกเข้าเยี่ยมชมท่าเรือกรุงเทพ (คลองเตย) โดยรับชมวีดิทัศน์แนะนำกิจการการค้าเรือแห่งประเทศไทย รับฟังการบรรยายหัวข้อ การดำเนินงานของท่าเรือแห่งประเทศไทย ขั้นตอนและกระบวนการในการบริหารจัดการ และขั้นตอนการปฏิบัติงานตู้สินค้าภายในเขตเศรษฐกิจการค้าเรือกรุงเทพ โดย คุณปรเมธ ไซดิรัตน์ หัวหน้าแผนกวางแผนระบบตู้สินค้า กองท่าบริการตู้สินค้า 2 ฝ่าย ปฏิบัติการเรือและสินค้า เป็นวิทยากรบรรยายและพาคณะสมาชิกเข้าเยี่ยมชมบริเวณโดยรอบของท่าเรือกรุงเทพ (คลองเตย) ทั้งนี้มีสมาชิกสนใจเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนทั้งสิ้น 27 ท่าน



สภาผู้ส่งออกจัดกิจกรรม TNSC Site Visit ครั้งที่ 4/2561

เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2561 สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) จัดกิจกรรม TNSC Site Visit ครั้งที่ 4/2561 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทสมาชิกได้มีโอกาสศึกษาเรียนรู้แนวคิดการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ของบริษัทที่มีการบริหารจัดการที่ดีและสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

โดยนำคณะสมาชิกจำนวน 12 ท่าน เข้ารับฟังการบรรยายและเข้าเยี่ยมชมโรงงานผลิตสินค้าของบริษัทไมเยอร์ อินดัสตรีส์ จำกัด จังหวัดชลบุรี ซึ่งได้มีการนำระบบต่างๆ มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพต่อการปฏิบัติงาน โดยมีคุณคมกฤษณ์ วงษ์กวีวัฒนกุล ผู้จัดการโรงงานและคณะได้ให้การต้อนรับ และเป็นวิทยากรบรรยายพร้อมทั้งพาเยี่ยมชมบริเวณโรงงานผลิตสินค้า

ทั้งนี้ บริษัทไมเยอร์ อินดัสตรีส์ จำกัด ได้มีการนำระบบ Customs-Trade Partnership Against Terrorism หรือ C-TPAT มาใช้ในการตรวจสอบตู้สินค้าก่อนที่จะนำไปบรรจุสินค้าเพื่อส่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมาตรฐานการตรวจสอบตู้สินค้า (Container Inspection) ต้องมีการกำหนดระเบียบปฏิบัติในการตรวจสอบความสมบูรณ์ ทางกายภาพของโครงสร้างตู้สินค้าให้มีความปลอดภัยก่อนที่จะบรรจุสินค้าเพื่อให้มั่นใจว่าทั่วโลกปิดล้อมประตูต่างๆ สามารถทำงานได้อย่างน่าไว้วางใจ โดยมีวิธีตรวจสอบตู้สินค้า ทุกตู้แบบ 7 จุด ได้แก่ ผืนงานด้านหน้า ด้านซ้าย ด้านขวา พื้น เพดานหลังคา ประตูด้านใน ด้านนอก และด้านนอก-ด้านในตู้



e-Payment การชำระค่าธรรมเนียมท่าเรือกรุงเทพผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2561 ท่าเรือกรุงเทพ การท่าเรือแห่งประเทศไทยร่วมกับ ธนาคราญไทย และ บริษัท เน็ตเบย์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดงานเสวนาในหัวข้อ "Bangkok Port's E-Payment for Better Service" เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาระบบ e-Payment ในการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ในคราวเดียวกัน เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระค่าภาระยกขนตู้สินค้าค่าธรรมเนียมยานพาหนะผ่านท่า และค่าบริการขังตู้สินค้าออก ณ ประตูตรวจสอบสินค้า เชื้อนตะวันออก (Terminal 1,2) จากเดิมที่จะต้องชำระค่าธรรมเนียมเป็นเงินสดที่ประตูตรวจสอบสินค้าและมีการเรียกเก็บตามประเภทยานพาหนะเปลี่ยนเป็นการเก็บค่าธรรมเนียมตามตู้สินค้าที่ส่งข้อมูลผ่านใบกำกับตู้สินค้า โดยท่าเรือกรุงเทพจะเริ่มใช้ระบบการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ 1 กันยายน 2561 เป็นต้นไป ซึ่งในช่วง 6 เดือนแรกของการดำเนินงานผู้ส่งออกจะได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมการโอนจากธนาคารทั้งหมด

ขั้นตอนการชำระเงินด้วยระบบ e-Payment มีรายละเอียดดังนี้

1. ลงทะเบียนสมัครใช้บริการเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการโดยหักบัญชีเงินฝากธนาคารกรุงเทพ โดยดาวน์โหลดใบสมัครได้ที่เว็บไซต์ www.port.co.th (ลงทะเบียนเพียงครั้งเดียว)
2. ลงทะเบียนการใช้งานระบบของท่าเรือกรุงเทพที่เว็บไซต์ <https://econtainerservice.port.co.th/PAT/#/login> เลือก e-Service for Vessel Cargo Management System โดยแนบเอกสารให้ครบถ้วน (ลงทะเบียนเพียงครั้งเดียว)
3. ส่งข้อมูลใบกำกับตู้สินค้าขาออกผ่านระบบ NSW (National Single Window)
4. Login เข้าใช้งานระบบ พร้อมระบุชื่อบริษัทสำหรับออกใบกำกับภาษี ข้อมูลตู้สินค้า ยืนยันการชำระเงิน และจัดพิมพ์ใบเสร็จรับเงินชั่วคราวและจัดเก็บ QR Code ที่เว็บไซต์ <https://econtainerservice.port.co.th/PAT/#/login>
5. นำตู้สินค้าขาออกผ่านประตูตรวจสอบเชื้อนตะวันออกที่ช่อง e-Payment (ช่องที่ 2)

6. นำตู้สินค้าขาออกผ่านประตูตรวจสอบ Terminal ได้ทุกช่องทาง
7. ขอรับใบเสร็จ / ใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบด้วย QR Code ที่ประตูตรวจสอบเชื้อนตะวันออก (ที่เดิม)

ขั้นตอนการขอรับใบเสร็จ / ใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบ

1. ผู้ประกอบการนำภาพหรือพิมพ์ใบเสร็จชั่วคราวที่มี QR Code มาแสดงที่ประตูตรวจสอบเชื้อนตะวันออก
2. เจ้าหน้าที่สแกน QR Code ค้นหาข้อมูลและพิมพ์ใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบ
3. ผู้ประกอบการสามารถรับใบกำกับภาษีได้ทันที

รายละเอียดอัตราค่าธรรมเนียมใหม่ (ประตูตรวจสอบเชื้อนตะวันออก)

อัตราค่าธรรมเนียมใหม่ (ประตูตรวจสอบเชื้อนตะวันออก)				
ประเภทตู้สินค้า	ค่าภาระยกตู้สินค้า (LIFT OFF CHARGE)	ค่ายานพาหนะ	ค่าบริการขังตู้สินค้า (ADMISSION FEE)	รวม
ตู้สินค้าเปล่า				
20 ฟุต	428.00	100.00	-	528.00
40 ฟุต	728.20	200.00	-	928.20
มากกว่า 40 ฟุต	856.00	200.00	-	1,056.00
ตู้สินค้าบรรจุ				
20 ฟุต	535.00	100.00	30.00	665.00
40 ฟุต	963.00	200.00	30.00	1,193.00
มากกว่า 40 ฟุต	1,070.00	200.00	30.00	1,300.00

สภาผู้ส่งออกจัดอบรมหลักสูตร "เจาะลึกกว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า การรับรองถิ่นกำเนิด และการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ FTA"

สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) จัดอบรมหลักสูตร "เจาะลึกกว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า การรับรองถิ่นกำเนิด และการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ FTA" โดยได้รับเกียรติจาก คุณสมบุญพงษ์ พุกกะเวส อดีตผู้อำนวยการส่วนกว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า สำนักพิทักษ์อัตราศุลกากร กรมศุลกากร เป็นวิทยากรบรรยาย มีสมาชิกและผู้สนใจเข้าร่วมอบรมจำนวน 59 คน ณ โรงแรมดิเอทอส ลุมพินี ถ.พระราม 4



Crocodile Products

No matter if it's the best Tile Adhesive, Tile Grout, Chemical, Construction tools and Decorative tools from Crocodile Products. Can be purchased at leading construction material store all around Thailand, Myanmar, Cambodia, Laos and Vietnam. Please contact +662 720 1112 for more information.

สาระสำคัญจากการสัมมนา e-Commerce and Logistics Disruption



เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2561 สมาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สมาผู้ส่งออก) ร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ Reed Tradex จัดสัมมนาหัวข้อ "e-Commerce and Logistics Disruption" ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (บางนา) โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน ร่วมเสนา อาทิตร.ดร.รุธิร์ พนมยงค์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คุณปริษา พูลกำลัง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซีทีที เอ็กซ์เพรส จำกัด, ดร.สลิลทิพย์ ทิพย์ไกรสร ผู้อำนวยการศูนย์นวัตกรรมโลจิสติกส์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, คุณคงฤทธิ์ จันทริก ผู้อำนวยการบริหาร สมาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, คุณศุภโชค จันทรประทีน ผู้อำนวยการสำนักมาตรฐาน (ETDA), คุณสุรทิน ัญญะพิน รอนายกสมาคมขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ไทย, คุณธฤช ตันเชลลียร รองกรรมการผู้จัดการ และผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท อี-เอ็มพาวเวอร์เมนท์ จำกัด, คุณกวัน ไศภิชฐพงษ์ศรี Sale & Commercial Director DHL e-Commerce (Thailand) และคุณเฉลิมศักดิ์ กาญจนวรินทร์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฮาซแคม ทรานส์แมเนจเมนท์ จำกัด ณ ห้อง Nile 2 ชั้น 2 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมนานาชาติไบเทค (บางนา) โดยสรุปสาระสำคัญดังนี้

"e-Commerce and Logistics Disruption"

การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาด e-Commerce ทั้งภายในและต่างประเทศ ส่งผลให้มุมมองด้านโลจิสติกส์ในเรื่องการตอบสนองความต้องการของตลาดเปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบันต้นทุนของการขนส่งสินค้ากว่า 28% จะอยู่ที่ Last mile ซึ่งผู้ขนส่งสามารถลดต้นทุนส่วนนี้ได้หากนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตัดสินใจ แต่ต้องคำนึงว่า Software ที่เหมาะสมกับธุรกิจนั้น ลักษณะของลูกค้าในปัจจุบันจะยอมจ่ายค่าบริการมากขึ้นเพื่อให้บริการต่อ และบอกต่อใน social media ซึ่งส่งผลให้บริษัทที่ได้รับผลกระทบในวงกว้าง แต่หากบริษัทสามารถจัดการกับปัญหาได้อย่างรวดเร็วลูกค้าในกลุ่มนี้กว่า 69% จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ทั้งนี้ สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงคือการคาดการณ์ระบบตลาด ที่ต้องมีความรวดเร็วของข้อมูลจาก e-commerce กับ big data และ omni channel ที่จะเห็นกระบวนการจัดการผลิตที่เน้นทางด้านความยืดหยุ่นและการตอบสนองต่อ end user

"ความคาดหวังของ e-marketplace ต่อ shipper และ LSP"

ในปัจจุบันตลาด e-commerce มีมูลค่าสูงถึง 136,685 ล้านบาท และเติบโตกว่า 6.6% จากผู้ใช้กว่า 37.5 ล้านคน จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มลูกค้ากลุ่ม e-marketplace เป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวกและความรวดเร็วทางด้านเวลาเป็นหลัก ส่งผลให้กลุ่ม e-marketplace มีความคาดหวังว่าผู้ประกอบการโลจิสติกส์จะสามารถดำเนินงานได้ตลอดเวลาและตรวจสอบกระบวนการขนส่งสินค้าแบบ Real time ได้ เช่น Amazon กำหนด Leadtime ให้สินค้าออกจากคลังภายใน 30 นาที ในขณะที่ Alibaba กำหนด Leadtime ว่าผู้บริโภคมองต้องได้รับสินค้าภายใน 3 วัน

ทั้งนี้การใช้ platform ออนไลน์มาเชื่อมโยงระหว่าง e-marketplace และผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ จะช่วยให้ระบบการจัดการสั่งซื้อสินค้าของ end user ง่ายขึ้น และสามารถติดตามสถานะการจัดส่งสินค้าในแต่ละขั้นตอนได้ทันที

ทั้งนี้ การเตรียมความพร้อมของบุคลากรทางด้านภาษาและบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในอนาคต และการควบคุมคุณภาพการขนส่งสินค้า ถือว่าเป็นโจทย์ที่ท้าทายสำหรับผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ของไทย โดยผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ที่สามารถประสบความสำเร็จใน e-marketplace ได้นั้นจะต้องให้ความสำคัญกับลักษณะความต้องการของ end user, การปรับตัว และตำแหน่งของตนให้เหมาะสมกับระบบตลาดอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการพัฒนาของเทคโนโลยีและ online platform

"การพัฒนา e-Logistics ตามมาตรฐานสากลเพื่อรองรับการค้าระหว่างประเทศ"

แนวทางการกำหนดมาตรฐานสากลของ UN/CEFACT เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างประเทศแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ได้มีการทำมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

เพื่อการส่งข้อมูลระหว่าง G2G G2B และ B2B ให้เกิดความเชื่อมโยง โดยหัวใจหลักของการสร้างมาตรฐานคือ 1. Simplification คือ การปรับกระบวนการให้ง่ายขึ้น 2. Harmonization ลดขั้นตอนทางเอกสารให้เป็นแบบฟอร์มเดียวกัน 3. Standardization การกำหนดรหัสสินค้าและมาตรฐานต่างๆ อาทิ UN/LOCODE ปัญหาและอุปสรรคของระบบขนส่งไทยคือปัญหาของการไม่มีมาตรฐาน การกำหนดมาตรฐานของไทยเพื่อรองรับมาตรฐานสากลยังคงขาดความเข้าใจของผู้ใช้บริการว่าการกำหนดมาตรฐานนั้นสำคัญอย่างไร ทั้งนี้การกำหนดมาตรฐาน UN/LOCODE ตอบโจทย์ การแก้ปัญหาของการสะกดชื่อสถานที่ (ภาษาอังกฤษ) ที่แตกต่างกัน

การนำเทคโนโลยี Blockchain มาใช้ในการพัฒนาระบบความเชื่อมโยงการพัฒนากระบวนการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการไทย ถือได้ว่าเป็นที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน แต่เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่สูงที่ต้องลงทุนในการวางระบบ ทำให้ผู้ประกอบการไทยอาจจะต้องกลับมาประเมินความเหมาะสมของบริษัทในการใช้งาน กล่าวได้ง่ายว่าขึ้นอยู่กับบริบทของการใช้งานว่าเรานำเทคโนโลยี Blockchain มาใช้ มีความจำเป็นหรือไม่ต่อบริษัท

"ความพร้อมของผู้ประกอบการไทยด้านโลจิสติกส์"

จากและการเติบโตของตลาด e-Commerce ทำให้การให้บริการด้านโลจิสติกส์ของไทยมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปอย่างมาก ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคเองที่มีการซื้อขายสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ จึงต้องมีการศึกษาตลาด e-marketplace เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการไทยด้านโลจิสติกส์เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยี โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความท้าทายของระบบการขนส่งสินค้า คือ ส่งมอบสินค้าให้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด การวางแผนการตลาดที่ดีจะสามารถคาดการณ์ปริมาณการขนส่งสินค้าที่ใกล้เคียงกับยอดการสั่งซื้อได้ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ สามารถคาดการณ์ได้ในขั้นต้น คือ ลักษณะการบริโภคสินค้าของลูกค้าในกลุ่ม e-Marketplace ในแต่ละช่วงเวลาเพื่อที่จะเตรียมพนักงานให้เหมาะสมกับปริมาณการขนส่งสินค้า
2. ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จะต้องมีการตั้งกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนว่าจะเน้นรูปแบบออนไลน์หรือดั้งเดิม เพราะลักษณะของลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน กลุ่มลูกค้า e-marketplace เน้นทางด้านระยะเวลาที่ต้องมีความรวดเร็วในการบริการ รวมถึงความยืดหยุ่นของข้อมูลในการขนส่ง แต่การขนส่งสินค้าแบบดั้งเดิมจะให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจระหว่าง LSP และผู้รับบริการ
3. ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ควรศึกษาความแตกต่างของลูกค้าระหว่างลูกค้ากลุ่ม B2B และ B2C เช่น ลูกค้ากลุ่ม B2B มีลักษณะการค้าที่สามารถคาดการณ์ปริมาณสินค้าและการเติบโตของธุรกิจได้ ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้า B2B ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ยังคงสามารถรักษารฐานลูกค้ากลุ่มเดิมไว้ได้ แต่ในขณะเดียวกัน กลุ่ม B2C จะเน้นที่ความรวดเร็วเป็นหลักทำให้ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ที่มีลูกค้ากลุ่ม e-marketplace อาจใช้ทั้ง Outsource และ Insource ร่วมกัน
4. ข้อระมัดระวังเรื่องอื่นของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ คือ การจ่ายค่าสินค้าแบบ Cash on Delivery: COD เพราะยังไม่มั่นใจว่าเป็นยอดการสั่งซื้อจริง, Return rate อยู่ที่ 25-30%, ปัญหาทางด้านเอกสาร และความผิดพลาดที่เกิดจากคน, การจัดการการขนส่ง Last mile ให้เหมาะสม เพราะหากจัดการไม่ดีจะเสียต้นทุนในช่วงนี้ที่ประมาณ 28% ของต้นทุนทั้งหมด
5. ในอีก 2-3 ปีข้างหน้า ธุรกิจ e-commerce จะมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการเป็น Omni channel ของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ส่งผลให้มีการขนส่งสินค้าที่มีขนาดเล็ก (small batch size)
6. ปัญหาเรื่องกฎระเบียบข้อบังคับ เป็นปัญหาสำคัญของกลุ่มโลจิสติกส์ ทั้งนี้ภาครัฐควรมีการแก้ไขกฎหมายที่ยังไม่มีการสนับสนุนกลุ่มธุรกิจใหม่ เช่น เงื่อนไขการเสียภาษีที่ยังคงมีความเหลื่อมล้ำ, เงื่อนไขที่เข้มงวดของการส่งออกสินค้าแบบออนไลน์ และโครงสร้างพื้นฐานของระบบขนส่งที่ไม่มีการเชื่อมต่อกันในแต่ละภาคส่วน

โลจิสติกส์ชายแดนกับการแข่งขันในตลาด CLMV



การรวมตัวกันของ CLMV+T เป็นอนาคตของกลุ่มประเทศในภูมิภาค แต่กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ยังไม่ทราบว่าสามารถส่งสินค้าไปอย่างไร ช่องทางการขายสินค้าอย่างไร ลูกค้าคือใคร ซึ่มีผลกระทบจะเกิดขึ้นหากไม่มีช่องทางในการซื้อขายหรือลูกค้าที่เชื่อถือได้ เงื่อนไขสำคัญคือ

ต้องมีความระมัดระวังในการเลือกคู่ค้า สำหรับการค้าใน CLMV รูปแบบการให้บริการโลจิสติกส์เป็นกลไกที่สำคัญในการช่วยให้สินค้าของไทยเข้าสู่ตลาด CLMV ได้สะดวกขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างเอกชนให้กับเอกชน โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการนำสินค้าไทยเข้าจัดจำหน่ายและกระจายในตลาดกลุ่มประเทศ CLMV ต้องอาศัยความชำนาญของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ดังนั้นผู้นำเข้าส่งออก และผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ต้องเข้าใจถึงความต้องการระหว่างกัน

ความต้องการในตลาดสินค้าอุปโภค บริโภค ของกลุ่มประเทศ CLMV หากเป็นสินค้าราคาถูก จะซื้อสินค้าจีน และเวียดนาม แต่หากจะซื้อสินค้าที่มีคุณภาพจะให้ความสะดวกกับสินค้าไทย จะดีทั้งในส่วนของคุณภาพและราคา โดยการบริโภคยังมาในรูปแบบการท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีฐานะเพื่อมาซื้อสินค้ากลับไปจากประเทศไทย ในปัจจุบัน จะมีผู้ให้บริการมีความครอบคลุมในหลายกิจกรรม ทั้งด้านการขนส่ง และมีการเพิ่มบทบาทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ช่วยในเรื่องการชำระเงินสามารถให้คำแนะนำกำหนดราคาขายโดยพิจารณา ต้นทุนสินค้า ต้นทุนโลจิสติกส์ เพื่อให้สินค้าไปถึงมือผู้บริโภคในราคาที่แข่งขันได้ เนื่องจากสินค้าจากคู่แข่งมีจำนวนมาก โดยประเทศที่ส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในประเทศ CLMV ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์ และมาเลเซีย ตัวอย่างคู่แข่งทางการค้า มาเลเซีย ด้วยภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบจากท่าเรือ Port Klang ใกล้กับท่าเรืออย่างกึ่ง แต่ยังมีอุปสรรคปัญหาเรื่องความแออัดของท่าเรือ แม้มาเลเซียจะได้เปรียบเรื่องค่าระวางเรือที่ถูก หรือในส่วนของเวียดนามที่รัฐบาลเป็นเจ้าของเรือ สนับสนุนผู้ประกอบการด้วยการให้ค่าระวางราคาถูกในการขนส่งสินค้า สำหรับการแข่งขันทางการค้า เหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องพิจารณากลยุทธ์สร้างแต้มต่อในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับการแข่งขันในปัจจุบัน หากกล่าวโดยสรุปสำหรับผู้ประกอบการต้องเข้าใจและเตรียมพร้อมสำหรับตลาด CLMV ดังนี้

พฤติกรรมแนวโน้มความต้องการบริโภคสินค้า



- กัมพูชา :** ชอบจับจ่ายใช้สอย ทำให้เศรษฐกิจเติบโต มีเงินสะพัดในเศรษฐกิจของประเทศ เลียนแบบพฤติกรรมของคนไทย
- สปป.ลาว :** จำนวนคนในประเทศน้อย ไม่มีแหล่งผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศ ต้องพึ่งพาสินค้าไทย
- เมียนมา :** มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ กำลังซื้อไม่สูงมาก ยังมีความต้องการใช้สินค้าไทยอย่างมาก
- เวียดนาม :** เวียดนามเหนือ (ฮานอย) ประหยัด เวียดนามใต้ (โฮจิมินห์) ชอบจับจ่ายใช้สอย และมีการลงทุนจากนักลงทุนรายใหญ่ของไทย เข้าไปลงทุนเป็นจำนวนมาก มีกำลังซื้อ

ข้อเสนอแนะ

- การสื่อสารทางภาษา ต้องมีความพยายามในการเรียนรู้ ภาษาของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ อันดีและความเข้าใจระหว่างกัน
- การขนส่งควรพิจารณาในเรื่องของ Total Cost เป็นหลักในการขนส่งสินค้าเข้าสู่ประเทศ CLMV กรณี ประเทศเมียนมา การส่งสินค้าทางเรือไปยังเมืองใหญ่ จะใช้เวลาประมาณ 20-25 วันขึ้นไป ซึ่งถือเป็นเวลาที่ตีที่สุด เนื่องจากท่าเรือแออัด ผู้สินค้าถูกวางไว้โดยไม่ได้รับการผ่านพิธีการ เพราะตู้ก่อนหน้า ยังไม่ได้ดำเนินการ ซึ่งยังติดปัญหาด้านกระบวนการดำเนินงาน ทำให้ต้นทุนทางเรือสูงกว่า สำหรับการขนส่งทางรถ ระยะเวลา ภาษี ต้นทุนทุกชนิด ราคาถูกกว่าการขนส่งทางเรือ โดยระยะเวลาใช้ประมาณ 2-7 วัน สินค้าถึงลูกค้าปลายทาง ซึ่งต้นทุนเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ลดผลกระทบในการตั้งสต็อกสินค้า
- การประสานงานหน่วยงานราชการ ยังต้องมีช่องทางในการติดต่อเพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของกระบวนการ ควรสร้างช่องทางในการติดต่อ โดยไปเป็นกลุ่มเพื่อติดต่อประสานงานกับคนที่มิประสบกรณีในพื้นที่

- หากมีคู่ค้าต้องพิสูจน์ความมีตัวตนคู่ค้า การดำเนินธุรกิจ เงื่อนไขการชำระเงินคู่ค้ามีศักยภาพเชื่อถือได้ ต้องติดต่อคู่ค้าที่ซื่อสัตย์ ตรวจสอบความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร่วมกัน ด้วยความแตกต่างในการดำเนินงานต้องเปิดใจยอมรับรูปแบบการดำเนินงาน และการประสานงานระหว่างกัน
- ทางเลือกที่ดีที่สุด คือการซื้อขายด้วยเงินสด โอนชำระค่าสินค้าก่อนการขนส่งสินค้า
- รูปแบบเครดิตการค้าของห้างสรรพสินค้า 90 วัน ต้องมีสายป่านทางการเงินรองรับห้างสรรพสินค้าไม่ต้องการโอนเงินข้ามประเทศ ต้องการชำระเงินในประเทศ อีกรูปแบบผ่าน Distributor จะเป็นคนกลางที่รับเครดิต และส่งเข้าห้างอีกครั้ง ประเทศ CLMV รูปแบบการค้าจะใช้ L/C น้อย การชำระเงินส่วนใหญ่จะขึ้นกับข้อตกลงระหว่างคู่ค้าเอง

ปัญหาอุปสรรค

- ปัญหาการลอกเลียนแบบ ผลิตภัณฑ์ ทำให้มีของปลอมแปลงในตลาด เพื่อจำหน่ายในพื้นที่ห่างไกลของกลุ่มประเทศ
- การชำระเงิน ยังมีข้อจำกัดในการโอนเงินออกนอกประเทศ ต้องอาศัยผู้ให้บริการด้านการชำระเงิน เพื่อให้สามารถขายสินค้าและเก็บเงินได้ รูปแบบการค้าขายในช่วงแรก จะเป็นแบบเงินสด และภายหลังให้ส่งสินค้ามาก่อน แต่การชำระเงินจะมีปัญหาท้ายสุดข้อแนะนำสำหรับการสร้างโอกาสทางการค้า การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องแต่ละประเทศ ทุกประเทศในกลุ่ม CLMV ยังมีความคล้ายคลึงกับประเทศไทยเมื่อ 30 ปีที่แล้ว การดำเนินการ เช่น พิธีการศุลกากร ยังเป็นระบบเอกสาร เช่น Form D ยังคงเป็นกระบวนการที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ ถึงแม้จะมีเทคโนโลยีอยู่ในปัจจุบัน สิ่งที่ต้องทำคือติดตามการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเข้าสู่ตลาดในระยะเริ่มต้นควรเข้าไปศึกษา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ในเชิงท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจรูปแบบความเป็นอยู่ของแต่ละประเทศ

SAICO
A SUBSIDIARY OF TPC

DRIED FRUIT

- Freshly Dried and Packed
- Low Sulphur (< 10 ppm)
- Comply with International Standards
- Free From Coloring or Flavoring
- Premium Quality Selected

WORLD FOODS
ESTABLISHED IN 1972

COCONUT SPREAD

"Kaya" Coconut spread is a sweet creamy coconut made from coconut milk. To Malaysians, Indonesians and Singaporeans, kaya, also called srikaya (coconut egg jam). Our range of coconut spread is eggless and is suitable for vegetarians and vegans. Further to the inspiration of this delicious original "kaya" coconut spread, we have also infused it with 2 our favourite fruits, pineapple, and mango. It's truly a fruity treat.

COCONUT (KAYA) COCONUT MANGO PINEAPPLE COCONUT

ไขปริศนาปัญหาจากสมาชิก...

Q : บริษัทฯ ได้ทำการขายสินค้าให้กับคู่ค้าที่ประเทศกานาในเทอม CIF เมื่อปี 2016 และลูกค้าได้ทำการชำระเงินให้กับทางบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว แต่ลูกค้าที่ปลายทางไม่ยอมไปออกของและไม่สามารถติดต่อได้ จึงทำให้สินค้าถูกเก็บไว้ในพื้นที่ของท่าเรือ สายเรือแจ้งให้บริษัทฯ จ่ายค่าเช่าพื้นที่เก็บสินค้า และขอให้บริษัทฯ ทำหนังสือมอบอำนาจให้สายเรือเพื่อที่จะนำสินค้าออกมาและสามารถจำหน่ายสินค้าดังกล่าวได้

A : กรณีซื้อขายเทอม CIF ตาม Incoterms2010 ค่าใช้จ่ายทางฝั่งประเทศปลายทางผู้ส่งออกไม่ต้องรับผิดชอบ ดังนั้น ทางบริษัทฯ ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่เก็บสินค้าให้กับทางสายเรือและไม่จำเป็นต้องทำหนังสือมอบอำนาจให้สายเรือ

Q : บริษัทฯ ได้รับการร้องขอจากลูกค้าปลายทางที่ประเทศเยเมนจัดหาเรือเพื่อจัดส่งสินค้าไปที่ท่าเรือ HOEDEDAH มีสายเรือใดบ้างที่ให้บริการส่งสินค้าไปที่ท่าเรือดังกล่าว

A : ปัจจุบันมีสายเรือที่ให้บริการเส้นทางเดินเรือไปประเทศเยเมน จำนวน 2 สายเรือ ได้แก่ MSC และ PIL แต่จะให้บริการถึงที่ท่าเรือ Aden เท่านั้น และจะต้องใช้การขนส่งภายในประเทศลากตู้ต่อไปยังท่าเรือ HOEDEDAH แทน

Q : บริษัทฯ นำเข้าวัตถุดิบที่ท่าเรือกรุงเทพ ไม่สามารถนำวัตถุดิบเข้ามาผลิตได้เนื่องจากติดปัญหาไม่สามารถเปิดตู้สินค้าได้เนื่องจากโรงพักสินค้าเต็ม ซึ่งส่งผลให้การส่งออกต้องเลื่อน SHIPMENT ออกไป

A : สาเหตุเกิดจากตู้สินค้าเต็มโรงพักสินค้าของท่าเรือกรุงเทพ เพราะผู้นำเข้าไม่มาขนสินค้าออกจากโรงพักสินค้าตามเวลาที่กำหนดทำให้ไม่สามารถขนถ่ายตู้สินค้าลงจากเรือเพื่อเปิดตู้ได้ จากการประชุมร่วมกับการท่าเรือแห่งประเทศไทยเพื่อแก้ไขปัญหา จะร่วมกันแก้ปัญหาทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สภาผู้ส่งออกจะประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกรับทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และขอความร่วมมือผู้นำเข้าให้ขนถ่ายสินค้าออกจากท่าเรือตามเวลาที่กำหนด เพื่อลดปัญหาความแออัดของตู้สินค้า
2. การท่าเรือฯ ได้ขอความร่วมมือจากสายเรือ ให้จำกัดเวลาขนถ่ายสินค้าของผู้นำเข้า ไม่เกิน 1-3 วัน
3. การท่าเรือฯ จะทำการปรับอัตราค่าเช่าพื้นที่โรงพักสินค้า ในกรณีที่มีสายเรื่อนำตู้สินค้ามาค้างไว้เกินกว่าเวลาที่กำหนด แต่มาตรการนี้จะใช้เป็นการสิ้นสุดท้าย เพราะจะส่งผลกระทบต่อผู้นำเข้าทั้งหมด

ท่านสามารถสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดแต่ละกิจกรรม และค่าลงทะเบียน เข้าร่วมกิจกรรมได้ที่ ฝ่ายสร้างความสัมพันธ์และสนับสนุนสมาชิก สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) โทรศัพท์ 02-6797555 ต่อ 503, 501 (ติดต่อคุณภคพล, คุณสิริพรพร) หรือที่ E-mail: pakapol@tnsc.com, siripan@tnsc.com

หมายเหตุ : รายละเอียดต่างๆ อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม ค่าลงทะเบียนรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% แล้ว

บริการจัดฝึกอบรมในหน่วยงานหรือองค์กร (In-House Training)
หัวข้อและระยะเวลาการฝึกอบรมขึ้นอยู่กับความต้องการของบริษัทสมาชิกผู้ขอรับบริการ

ปฏิทินกิจกรรม และการศึกษาดูงาน เดือน กันยายน - ธันวาคม 2561

SEPTEMBER

- 22 **อบรมหลักสูตร “สัญญารับขนส่งสินค้าและความรับผิดชอบ พ.ร.บ. รับขนของทางทะเล พ.ศ.2534 และ พ.ร.บ.ขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ พ.ศ.2548”**
โดย ศ.ดร.ไพฑูริศ เอกจริยกร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ณ โรงแรมเอส 31 ถนนสุขุมวิท
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 4,500 บาท บุคคลทั่วไป 5,500 บาท (สาครรวมหนังสือ 2 เล่ม)
- 27 **การสัมมนาหัวข้อ “ส่งออกมั่นใจ ทำอย่างไร ไม่โดนเบี้ยหวัด”**
โดย Coface และ สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย ณ โรงแรมอินทราสยาม ถนนราชดำริ
ไม่มีค่าใช้จ่าย

OCTOBER

- 6 **อบรมหลักสูตร “พิธีการศุลกากรภายใต้ พ.ร.บ.ศุลกากร พ.ศ 2560”**
โดย คุณศุภกริณาศรี ตรีชโรวรรณ กรมศุลกากร ณ โรงแรมเอส 31 ถนนสุขุมวิท
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 3,500 บาท บุคคลทั่วไป 4,500 บาท
- 10 **การสัมมนาหัวข้อ “อนาคตโลจิสติกส์ประเทศไทย : เชื่อมโยง รก-เรือ-ราง รองรับการค้าระหว่างประเทศ”**
โดย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย ณ ห้อง Chamber ชั้น B โรงแรมเอส 31 ถนนสุขุมวิท
ไม่มีค่าใช้จ่าย
- 17 **การบรรยายหัวข้อ “เทคนิคการตรวจสอบตู้สินค้าอย่างมืออาชีพ”**
โดย คุณเกรียงไกร เยี่ยงศุภพานนท์ Deputy General Manager, N.Y.K. ICD ณ สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
ไม่มีค่าใช้จ่าย (ปิดรับสมัครเมื่อครบตามจำนวน)

NOVEMBER

- 8 **อบรมหลักสูตร “INCOTERMS2010” (รวมหนังสือ INCOTERMS2010)**
โดย อ.บุญเลิศ สุภาภา ผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าและการชำระเงินระหว่างประเทศ ณ โรงแรมแอลเคาสเตอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 4,500 บาท บุคคลทั่วไป 5,500 บาท
- 13 **TNSC Site Visit DHL Express @Free Zone**
โดย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย ณ Free Zone สนามบินสุวรรณภูมิ
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 1,070 บาท บุคคลทั่วไป 2,675 บาท
- 15 **อบรมหลักสูตร “Advanced Import-Export & Customs Case Study”**
โดย ดร.ศรีสลา กวณิกุล ณ โรงแรมแอลเคาสเตอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 3,500 บาท บุคคลทั่วไป 4,500 บาท
- 20-23 **สำรวจเส้นทางเชิงพาณิชย์**
(ปอยเปต/พระตะบอง/พนมเปญ/โฉบัง/หริศตี)
โดย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย ณ ประเทศ ไทย กับพูซา และเวียดนาม
- 20 **TNSC Site Visit ท่าเรือแหลมฉบัง**
โดย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย ณ ท่าเรือแหลมฉบัง และท่าเรือ LCIT จ.ชลบุรี
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 1,605 บาท บุคคลทั่วไป 2,675 บาท
- 27 **อบรม “แนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ในยุค Logistics 4.0”**
โดย คุณพจนาน ภายวิธน์ และ คุณกนก จุฑานัน ณ โรงแรมไนน์กรุงเทพ
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 3,500 บาท บุคคลทั่วไป 4,500 บาท

DECEMBER

- 13 **อบรมหลักสูตร “รู้จักนางโง่ จัดการความเสี่ยงจาก L/C ภายใต้ UCP600”**
โดย อ.บุญเลิศ สุภาภา ผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าและการชำระเงินระหว่างประเทศ ณ โรงแรมแอลเคาสเตอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 4,500 บาท บุคคลทั่วไป 5,500 บาท (สาครรวมหนังสือ 2 เล่ม)