



TNSC NEWSLETTER

สภาผู้ขนส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) | Thai National Shippers' Council | Issue 11/2018 | พฤศจิกายน 2561

www.tnsc.com



CSCMP EDGE 2018

การเปลี่ยนแปลงด้านโลจิสติกส์เพื่อรองรับ e-Commerce



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

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

สารบรรณาธิการ

ในช่วงท้ายปีนี้ ภาพรวมการส่งออกมีสัญญาณการชะลอตัวลง ซึ่งเป็นผลมาจากสงครามการค้า แม้ว่าค่าเงินบาทของไทยยังถือว่ามีความเสถียรภาพที่ดี แต่ก็ยังมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นและมีความผันผวนของค่าเงินสกุลอื่นๆ ในภูมิภาค และราคาน้ำมันในตลาดโลกแกว่งตัวอ่อนเป็นผลมาจากนโยบายทางการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ส่งออกต้องติดตามเผื่อระวังอย่างต่อเนื่อง

และใน Newsletter ฉบับนี้ ทางผู้จัดทำได้เน้นการนำเสนอถึงการเปลี่ยนแปลงด้านโลจิสติกส์เพื่อรองรับ e-Commerce การสรุปเนื้อหาจากการบรรยายในหัวข้อเทคนิคการตรวจสอบตู้สินค้าอย่างมืออาชีพ และการเชื่อมโยง รถ-เรือ-ราง เพื่อรองรับการค้าระหว่างประเทศ ให้ผู้อ่านได้ติดตาม

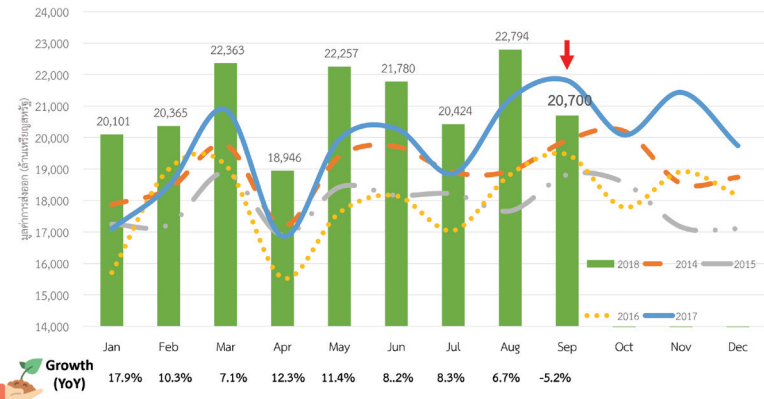
บรรณาธิการ

Thailand Economic Outlook :

ภาพรวมสถานการณ์ส่งออกรายเดือนระหว่างปี 2014-2018

การส่งออก มีมูลค่า 20,700 ล้านดอลลาร์หดตัว 5.2%
 การนำเข้า มีมูลค่า 20,213 ล้านดอลลาร์ขยายตัว 9.9%
 เดือนสิงหาคม เงินดอลลาร์การค้า 487 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

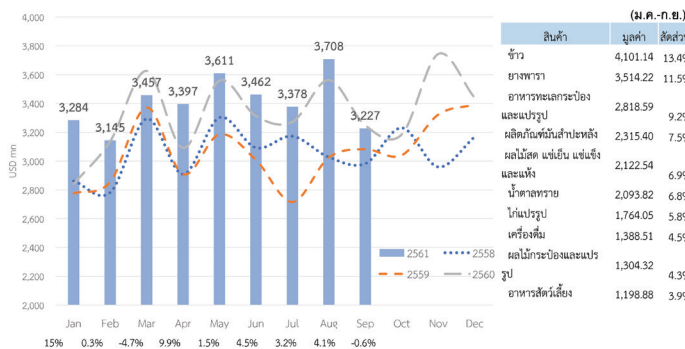
การส่งออก มีมูลค่า 676,410 ล้านบาทหดตัว 6.2%
 การนำเข้า มีมูลค่า 669,280 ล้านบาทขยายตัว 8.8%
 เดือนสิงหาคม เงินดอลลาร์การค้า 7,130 ล้านบาท



สถานการณ์การส่งออกสินค้าสำคัญ เดือนกันยายน 2561

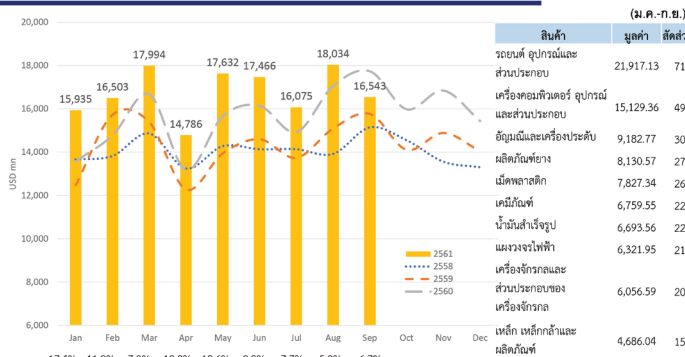
สินค้าส่งออกสำคัญ	มูลค่า	Sep/18	Forecast	2018	2019
(ล้านเหรียญสหรัฐ)					
กลุ่มสินค้าส่งออก "เกษตร"					
ข้าว	468	20.5%	8%	0%	
ยางพารา	336	-24.3%	-24%	5%	
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	257	21.7%	11%	5%	
น้ำตาลทราย	178	-10.6%	3%	-7%	
กลุ่มสินค้าส่งออก "อาหาร"					
อาหารอื่นๆ	573	5.25%	10%	6.6%	
ผักและผลไม้สด แช่แข็ง และแปรรูป	374	7.7%			
อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋อง และแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง)	370	-0.6%			
กุ้งสดแช่แข็งและกุ้งแปรรูป	120	-28.1%			
ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป	264	1.7%	2.5%	-	
กลุ่มสินค้าส่งออก "ยานพาหนะ"					
ยานพาหนะ	1,644	-10.5%	18%	8-10%	
อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,306	-0.5%			
กลุ่มสินค้าส่งออก "ไฟฟ้า-อิเล็กทรอนิกส์"					
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	1,498	7.2%	11%	7%	
แผงวงจรไฟฟ้า	693	-10.6%			
Hard Disk Drive	652	0.8%			
เครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบ	369	9.7%	5%	5%	
เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	259	6.7%			
กลุ่มสินค้าส่งออก "พลังงาน"					
ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม	868	-2.4%	8%	10%	
เคมีภัณฑ์	697	14.0%	25%	6%	
เม็ดพลาสติก	829	1.0%	16%	6%	
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	344	3.0%			
กลุ่มสินค้าส่งออก "อื่นๆ"					
อัญมณี และเครื่องประดับ	1,288	-42.3%	6%	0%	
น้ำมันสำเร็จรูป วัสดุก่อสร้าง	800	7.9%	29%	6%	
วัสดุก่อสร้าง	783	6.3%	12%	10%	
สิ่งทอ	565	-1.9%	8-9%	8%	

Top 10 สินค้าเกษตรฯ และอุตสาหกรรมเกษตร 2558-2561



Country	China	Japan	USA	Vietnam	Malaysia	Indo	Myanmar	Cambodia	Philippine	S.Korea
Share	15.9%	12.3%	9.4%	5.5%	4.8%	4.5%	3.4%	2.9%	2.7%	2.5%

Top 10 สินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ 2558-2561



Country	USA	China	Japan	HK	Australia	Vietnam	Malaysia	Indo	India	Philippine
Share	11.8%	10.8%	9.7%	6.0%	4.9%	4.5%	4.3%	4.1%	3.5%	3.4%

สถานการณ์ความเคลื่อนไหวอัตราแลกเปลี่ยน

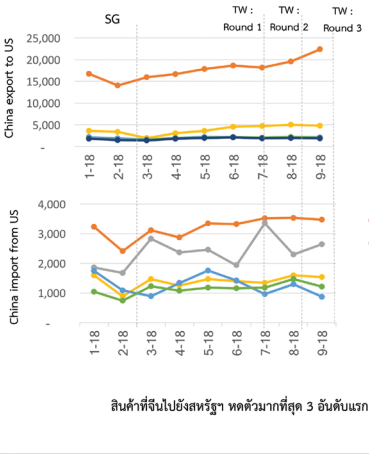
สถานการณ์ความเคลื่อนไหวอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 5 พ.ย. 61 : 32.88 บาท/เหรียญสหรัฐ (อ่อนค่า 1.0% Year-to-Date และแข็งค่า 1.1% Year-on-Year) ค่าเงินบาทมีแนวโน้มกลับมาแข็งค่าเพิ่มขึ้น เนื่องจากนักลงทุนมองว่าประเทศไทยมีเสถียรภาพทางการเงินจากการเข้าพันธบัตรไทยของต่างชาติ รวมถึงการเฝ้าระวังความผันผวนของนักลงทุนจากสงครามการค้า และการเลือกตั้งกลางเทอมของสหรัฐอเมริกา



ที่มา: <http://www.tnsc.com> วิศวกรรมขนส่ง



การส่งออก/นำเข้าจากจีนและสหรัฐอเมริกา



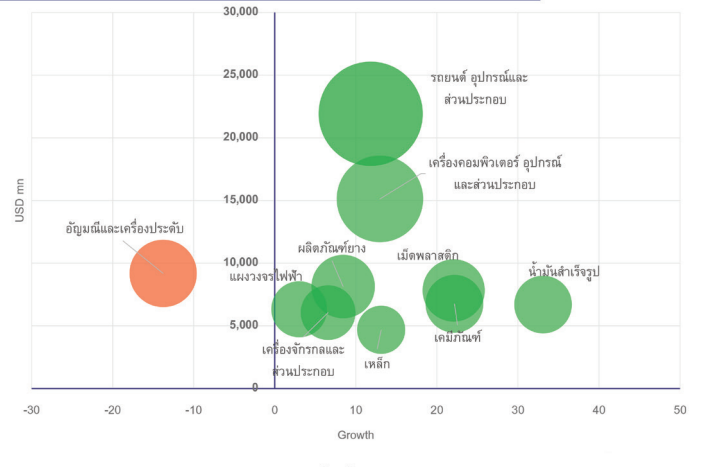
Product	GR 17/18	share of total export to US
เครื่องจักร และส่วนประกอบ	16%	44%
สิ่งทอ และผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	9%	10%
โลหะ และผลิตภัณฑ์จากโลหะ	7%	5%
ยานพาหนะ อากาศยาน เรือ และชิ้นส่วน	18%	5%
ยาง พลาสติก และผลิตภัณฑ์	17%	4%

Product	GR 17/18	share of total import to US
เครื่องจักร และส่วนประกอบ	13%	23%
ยานพาหนะ อากาศยาน เรือ และชิ้นส่วน	-4%	17%
เคมีภัณฑ์	13%	10%
สินค้าแร่	104%	9%
ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บนเรือขนส่งสินค้า กิ่ง และเครื่องหนักร	18%	8%

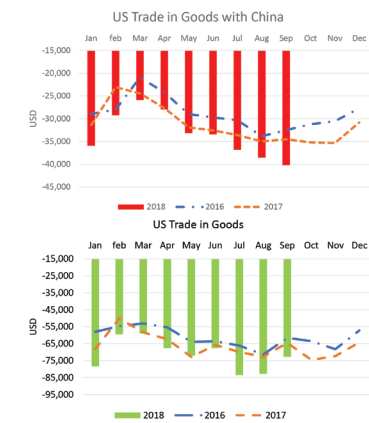
Product	Growth 17/18(M1-M9)
อัญมณี	-7%
ผลิตภัณฑ์จากพืช	-5%
ผลิตภัณฑ์จากหิน และชนสัตว์	0%

สินค้าที่จีนไปสหรัฐฯ หดตัวมากที่สุด 3 อันดับแรก

Export position by Product : สินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของ ไทย (ม.ค.-ก.ย.)



ดุลการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา และจีน



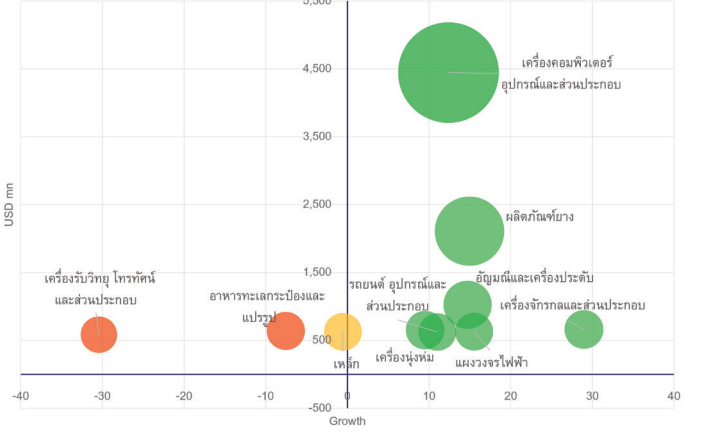
สินค้าส่งออกหลักสหรัฐฯไปจีน 5 อันดับแรก

สินค้า	การเติบโต
อากาศยาน และส่วนประกอบ	12%
รถยนต์พาหนะ	-28%
น้ำมันดิบ	106%
หลอดสุญญากาศ	12%
เครื่องจักรเฉพาะอุตสาหกรรม	46%

สินค้าส่งออกจากสหรัฐฯ ไปจีนที่หดตัวสูงสุด 3 อันดับจากมูลค่าการส่งออกสูงสุด 30 อันดับ

สินค้า	การเติบโต
น้ำมันจากผลไม้ และเมล็ด	-46%
อุปกรณ์การสื่อสารทางไกล	-31%
รถยนต์พาหนะ	-28%

Export position by Product : สินค้าส่งออก 10 อันดับของไทยไป สหรัฐอเมริกา (ม.ค.-ก.ย.)

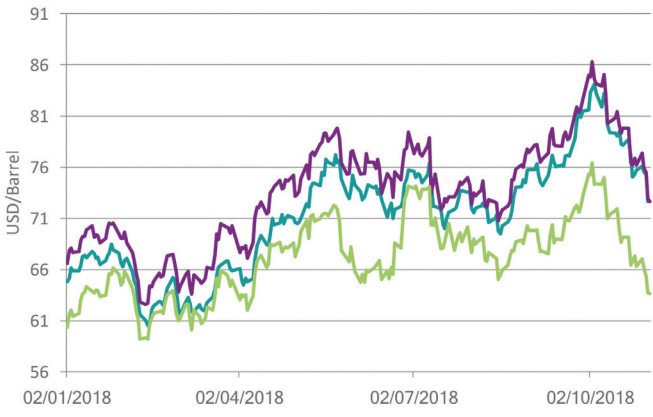


ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก (Crude Oil Price)

ปัญหามาตรการคว่ำบาตรอิหร่านของสหรัฐฯ ทำให้อุปทานน้ำมันดิบจากอิหร่านมีแนวโน้มปรับตัวลดลงต่อเนื่อง... (text continues)

รวมถึงความกังวลต่ออุปทานน้ำมันดิบที่มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง... (text continues)

Crude Oil Trend

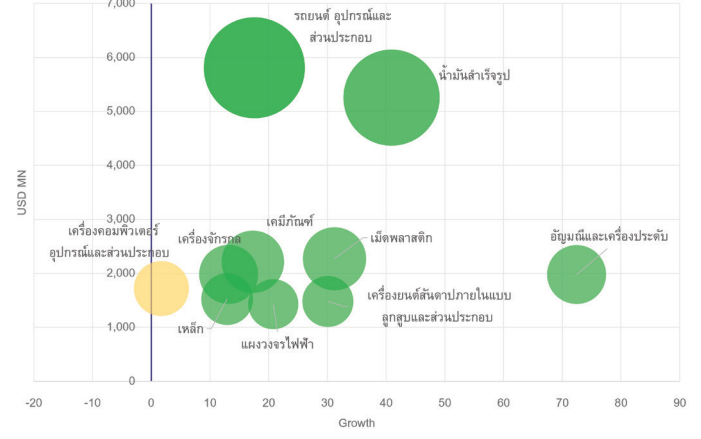


ที่มา: CEIC Data

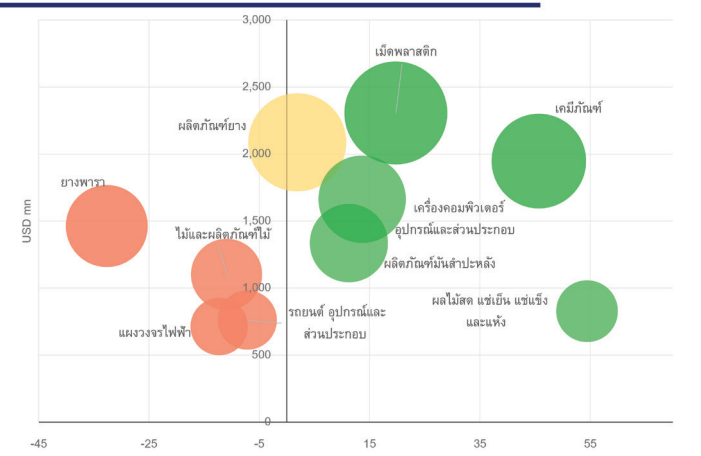
- NN: OPEC Crude Oil Price: OPEC Basket: Daily
- Brent Oil Futures: Continuous Contract 1: Closing Price
- WTI Oil Futures: Continuous Contract 1: Closing Price

- OPEC เคลื่อนไหวในกรอบ 72-84 ดอลลาร์/บาร์เรล
- WTI เคลื่อนไหวในกรอบ 63-74 ดอลลาร์/บาร์เรล
- Brent เคลื่อนไหวในกรอบ 72-86 ดอลลาร์/บาร์เรล

Export position by Product : สินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทยไป อาเซียน (ม.ค.-ก.ย.)

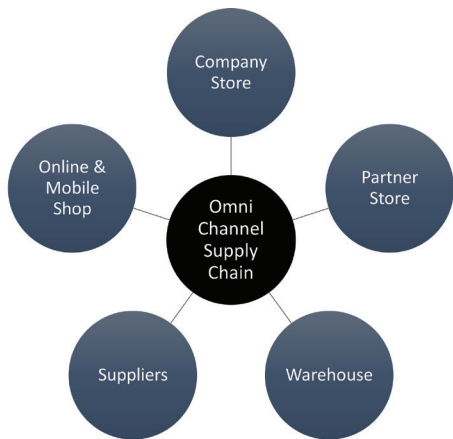


Export position by Product : สินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทยไป จีน (ม.ค.-ก.ย.)



CSCMP EDGE 2018: การเปลี่ยนแปลงด้านโลจิสติกส์เพื่อรองรับ e-Commerce

ระหว่างวันที่ 30 กันยายน ถึง 3 ตุลาคม 2561 ที่ผ่านมา ได้มีการจัดประชุม CSCMP EDGE 2018 ซึ่งเป็นการประชุมวิชาการด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนที่สำคัญ และเป็นงานระดับโลก มีผู้เข้าร่วมประชุมระดับผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนจาก 65 ประเทศทั่วโลกมาเข้าร่วมและหารือถึงผลกระทบจาก disruptions ด้านต่างๆ ต่อทิศทางการบริหารจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในอนาคต อาทิ ความจำเป็นต่อการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อมุ่งเป้าหมายไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าและคู่ค้าซึ่งมีความต้องการมากขึ้นในคุณภาพบริการ ความยืดหยุ่น และการตรวจสอบสถานะของสินค้าได้แบบ real-time ความท้าทายจาก e-commerce ต่อการพัฒนา ระบบ blockchain และ artificial intelligence (AI) ที่รองรับกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้งหมดตลอดซัพพลายเชนไปจนถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ การบริหารจัดการ omni channel (การประสานงานและการจัดการโลจิสติกส์หลากหลายช่องทาง) inventory level โดยผู้ประกอบการต้องลงทุนมากขึ้นเพื่อรองรับความผันผวนของ demand ที่มากขึ้นสวนทางกับการขาดแคลนบุคลากรและผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ควบคุมเวลาการทำงานของพนักงานขนส่งซึ่งทำให้ supply ของการขนส่งของภาคการผลิตมีแนวโน้มลดลง ซึ่งจะนำไปสู่การใช้บริการ logistics outsourcing ที่มากขึ้น การปรับตัวด้านการลงทุนและการกำหนดที่ตั้งโรงงานเพื่อรองรับนโยบายภาครัฐที่ส่งผลกระทบต่อการค้าและโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ส่งผลให้ผู้บริหารด้านโลจิสติกส์ต้องมีความรู้ที่รอบด้านในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมของตนเองทั้งด้านเศรษฐกิจ การเงิน กฎระเบียบ และการเมืองระหว่างประเทศที่อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพของโลจิสติกส์ระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น



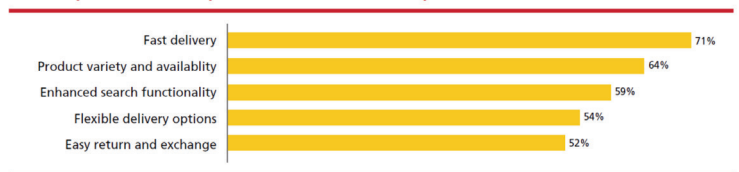
ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงบริบทของโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในระดับโลกจะส่งผลกระทบต่อประเทศไทย โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นผลกระทบจาก e-commerce และเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลให้การกำหนดนโยบายของภาครัฐทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงกฎระเบียบ ส่งเสริมการลงทุนด้านเทคโนโลยีปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนและฝึกอบรมด้านโลจิสติกส์ให้มีลักษณะเฉพาะตามสายอาชีพและทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ตลอดจนต้องสนับสนุนผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของไทยมีการรวมตัวเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยต้องจัดกิจกรรมเพื่อสร้างโอกาสให้ผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการ ภาครัฐ และภาควิชาการได้มีเวทีในการแลกเปลี่ยนและสร้างความร่วมมือระหว่างกันให้มากขึ้น รวมถึงการจัดตั้ง war room เพื่อติดตามสถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศที่ส่งผลกระทบต่อระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้สามารถแก้ไขสถานการณ์ทางการค้าให้ทัน่วงที

ในรายละเอียดของการปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์เพื่อรองรับ e-Commerce ผู้แทนจาก Amazon ระบุว่าสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญประกอบไปด้วย quality / speed และ delivery อย่างไรก็ตาม การปรับปรุงกระบวนการตลอดซัพพลายเชนต้องเริ่มต้นจากการปรับปรุง

กระบวนการภายใน ปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร ทักษะของพนักงาน ทัศนคติของทั้งองค์กรและพนักงาน แล้วจึงก้าวไปสู่การบูรณาการข้อมูล และการพัฒนาเทคโนโลยีที่มุ่งเน้นไปที่ลูกค้า (customer centric) ทั้งนี้ leadership คือสิ่งที่ต้องการอย่างมากในการเปลี่ยนแปลงองค์กร และแม้ว่าองค์กรและพนักงานต้องมีคุณลักษณะในการสนใจเรียนรู้สิ่งใหม่ตลอดเวลา แต่ต้อง ‘stay focus’ ในเป้าหมายคือทำเพื่อความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ

ด้าน IBM ให้มุมมองที่น่าสนใจว่า การใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันมีประโยชน์ที่หลากหลาย อาทิ 1) การใช้ประโยชน์จากทรัพยากร โดยเฉพาะข้อมูล 2) การรักษาตำแหน่งในการแข่งขันในตลาดภายใต้ยุคของ disruption 3) เพื่อเชื่อมโยงทุกกิจกรรมระหว่างสมาชิกในโซ่คุณค่า เนื่องจากระบบทั้งหมดต้องเริ่มขึ้นทันทีเมื่อลูกค้า ‘click’ สั่งซื้อสินค้า ทำให้ IBM พยายามพัฒนาระบบเพื่อรองรับสิ่งเหล่านี้ และเพิ่มความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนา blockchain ให้เป็น integrated logistics solution ที่ครอบคลุมตลอดทั้ง ecosystem

What are your consumers' expectations for omni-channel experience?



ข้อมูลจาก DHL-IDC Manufacturing Insights Survey, 2015 ชี้ให้เห็นถึงความคาดหวังของลูกค้าจากการซื้อสินค้าผ่าน e-Commerce และจัดอันดับ Omni Channel ดังนี้

ประสบการณ์ของผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกาที่ก้าวเข้าสู่ตลาด e-Commerce พบว่า การพยากรณ์ความต้องการสินค้าให้แม่นยำเป็นไปได้ยาก โดยเฉพาะภายใต้แรงกดดันให้ต้องทำช่องทางกระจายสินค้าแบบ omni channel เพื่อรองรับทั้ง traditional และ e-commerce trade ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายต้องเพิ่มปริมาณสินค้าคงคลังให้เพียงพอสำหรับการเติมเต็มสินค้า (Fulfillment) แต่ข้อจำกัดด้านการเงินทำให้บริษัทไม่สามารถลงทุนได้ในสินค้าทุกรายการในทางปฏิบัติจึงมีการเพิ่มจำนวนสินค้าคงคลังเฉพาะใน SKU ที่มีสัดส่วนการขายสูงตามหลักการ Pareto's rule

Traditional Fulfillment Model

- Dedicated inventory by channel; limited to no cross-channel visibility
- Channel-specific warehouses – Scope: Online or offline [B2B or B2C] / Retail store or home delivery – Fixed-space, fixed-term contracts; no flexibility to move from one location to another
- Warehouses used purely for storage and processing
- Reactive customer management with time-consuming quotes, focus on status reporting

Omni-Channel Fulfillment Model

- Seamless inventory visibility and optimization across channels
- Omni-channel warehouses – Scope: Online and offline [B2B and B2C] Delivery to stores and homes / Dynamic space allocation within network and flexible contract terms
- Warehouses used as showrooms or for customer-facing activities
- Proactive and personalized customer management with logistics marketplaces and focus on maximizing value for the customer

ความแตกต่างระหว่าง Traditional Fulfillment Model กับ Omni-Channel Fulfillment Model (Source: http://www.dhl.com/content/dam/downloads/g0/about_us/logistics_insights/dhl_trendreport_omnichannel.pdf)

ทั้งนี้ เป้าหมายของการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการค้าในอนาคตคือการทำ seamless omni-channel logistics ซึ่งมีเป้าหมายและแนวทางสำคัญประกอบไปด้วย



Goal 1: High-performing, cost-effective omni-channel fulfillment network

- Seamless inventory visibility and optimization across channels
- Flexible dynamic omni-channel warehouses often handling smaller quantities in an ever-decreasing timeframe
- Leveraging warehouses as showrooms and enabling customer fulfillment activities such as pick-ups
- Logistics marketplaces and real-time consumer engagement

Goal 2: Enhance speed, flexibility and convenience in last-mile delivery

- Leveraging stores for fulfillment, thereby increasing microwarehouses
- Anytime, anywhere delivery models
- Expanding the range of omni-channel value-added services

Key areas of seamless omni-channel logistics

Source: http://www.dhl.com/content/dam/downloads/g0/about_us/logistics_insights/dhl_trendreport_omnichannel.pdf

อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์ในสหรัฐอเมริกาพบข้อพิจารณาที่สำคัญ ดังนี้

- ความเข้มแข็งของ brand และโครงสร้างต้นทุนที่แตกต่างจาก traditional trade มีผลต่อความสำเร็จในการขายผ่านระบบ e-commerce ทั้ง platform และ social media อย่างเช่น Facebook, Instagram เป็นต้น
- การพัฒนาระบบโลจิสติกส์การขายผ่านระบบ e-Commerce ต้องครอบคลุมตลอด ecosystem แต่อาจต้องพัฒนาช่องทางแยกต่างหากจาก traditional trade ทั้งในส่วนของบริษัท คลังสินค้า และการขนส่ง เป็นต้น
- ความพร้อมของภายในองค์กรและสมาชิกในโซ่อุปทานต่อการทำ omni channel ควบคู่กับ traditional trade ทั้งด้านแรงงาน อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ความยืดหยุ่น และระบบบริหารจัดการภายในองค์กร อาทิ ระบบ enterprise resource planning (ERP) เป็นต้น ที่ส่งผลต่อรูปแบบการลงทุน ซึ่งมีกรณีศึกษาที่น่าสนใจจาก Walmart พยายามเร่งทำระบบให้สามารถใช้งานได้ภายใน 3 เดือนเพื่อชดเชยกับสาขาที่ปิดตัวลง ทำให้เลือกจับคู่กับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีประสบการณ์สูงในแต่ละพื้นที่ เช่นเดียวกับบริษัท WDRSX ที่ก้าวไปสู่ตลาดออนไลน์ด้วยแผนงานชั่วคราวเพื่อทดลองตลาด โดยร่วมมือกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีศักยภาพ แล้วจึงค่อยพัฒนาโครงสร้างองค์กรและลงทุนในส่วนอื่นๆ เมื่อลูกค้าเริ่มรู้จักและมีการซื้อซ้ำ
- พฤติกรรมและความถี่ในการสั่งซื้อซ้ำของลูกค้า/ผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ระบุว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนจากการ shopping ในร้านค้าไปสู่การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์และ mobile app มากขึ้น โดยในกลุ่มสินค้าอาหารการซื้อผ่านร้านค้าปลีกมักเป็นการพิจารณาสินค้าในการซื้อครั้งแรกๆ เท่านั้น หลังจากเริ่มมีความคุ้นเคยและเชื่อมั่นต่อตัวสินค้า/ผู้ประกอบการแล้ว มักจะนิยมหันไปซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น (1st experience offline, repeat by online) อย่างไรก็ตาม สินค้ากลุ่มแฟชั่น ซึ่งผู้ขายมักยืนยันความพอใจให้สามารถส่งคืนได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ก็อาจเป็นเหตุให้มีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากเพื่อนำไป 'ลอง' และส่งคืนสินค้าที่ไม่ต้องการซื้อกลับ ทำให้ร้านค้าปลีกในอนาคตไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่ขนาดใหญ่อีกต่อไป
- กรณีศึกษาที่น่าสนใจของ บริษัท Cargo Store เป็นผู้ให้บริการผ่าน mobile app ขนาดเล็ก ให้ข้อมูลว่าบริษัทเริ่มต้นจากการทำระบบที่ให้ผู้ซื้อใช้งานได้ง่าย เพื่อดึงดูดให้คนมาใช้งาน แล้วค่อยเพิ่ม advance feature ให้เหนือกว่าคู่แข่ง พร้อมกับทำ growth management เพื่อรองรับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดและความไม่แน่นอนของธุรกรรมในแต่ละวัน ซึ่งถือเป็นการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป
- Zipline เป็นตัวอย่างที่ดีในการใช้ drone ในการส่งมอบสินค้าในพื้นที่ห่างไกล (remote area) ซึ่งการขนส่งทางถนนทำได้ยาก และสินค้าเป็นลักษณะ rare order item ที่ไม่เหมาะสมในการจัดเก็บสินค้าคงคลังในระดับสูง สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.flyzipline.com/> และสะท้อนให้เห็นถึงการมุ่งเน้น customer centric และ stay focus ในเป้าหมายที่ต้องการจนทำให้ประสบความสำเร็จ

ผู้แทนจากประเทศจีนซึ่งมีการพัฒนาด้าน e-Commerce อย่างก้าวกระโดดให้ข้อมูลที่น่าสนใจว่าผู้ประกอบการมีการยกระดับโลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อรองรับการเติบโต อาทิ

- การพัฒนาระบบ Express Franchise Network ในลักษณะเดียวกับ Chain Store ซึ่งผู้ค้าในระบบ e-commerce เลือกใช้การทำ logistics outsourcing เพื่อเพิ่มการเข้าถึงพื้นที่ Last Mile Delivery โดยผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญ
- แก้ปัญหา Last Yard Delivery โดยปรับปรุง 2 รูปแบบการรับสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ Locker Pickup และ Store Pickup ในพื้นที่ community อาทิ สถานีรถไฟ เพื่อให้ผู้ซื้อมารับสินค้าด้วยตนเอง เป็นการแก้ไขปัญหาผู้ซื้อสินค้าผ่าน e-commerce แต่ไม่สะดวกรับสินค้าที่บ้านหรือที่ทำงาน โดยต้องพัฒนาควบคู่ไปกับ parcel receiving box และระบบในการตรวจสอบและยืนยันตัวบุคคลที่มารับสินค้า
- การใช้ crowd sourcing สำหรับการทำให้ Omni Channel โดยไม่ต้องลงทุนเองทั้งหมด ทั้งในเรื่องของบุคลากร คลังสินค้า ใช้ยานพาหนะขนส่งผู้โดยสารที่ว่างเพียงพอสำหรับการจัดส่งสินค้า เป็นต้น

จากการเข้าร่วมประชุมและประสบการณ์ของผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกา จีน และกรณีศึกษารายบริษัท พบว่ามีข้อเสนอแนะสำคัญสำหรับประเทศไทยประกอบไปด้วย

- 1) รัฐและเอกชนต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบบริหารจัดการโลจิสติกส์ภายในองค์กร ทั้งในส่วนของผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยภาครัฐต้องสนับสนุนการลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อรองรับ omni channel โดยให้มุ่งเน้นส่งเสริมการลงทุนด้านเงินทุนและการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี เนื่องจากเป็นข้อจำกัดที่สำคัญของผู้ประกอบการไทย
- 2) ผู้ให้บริการโลจิสติกส์จากต่างประเทศจะมีความถนัดและประสบการณ์สำหรับการบริหารจัดการ omni channel และมีแนวโน้มที่จะขยายบริการมาสู่ประเทศไทยในอนาคต ดังนั้นภาครัฐต้องสนับสนุนให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีความเข้มแข็งและสามารถให้บริการที่มีประสิทธิภาพทัดเทียมกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์จากต่างชาติ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเลือกใช้บริการ logistics outsourcing ของภาคการผลิต และยังทำให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทย สามารถแข่งขันและรักษาตลาดภายในประเทศไว้ได้ เป็นต้น

ธนาคารกสิกรไทย
 开業銀行 KASIKORNBANK

K CONNECT - LG

ช่วยบริหารงานหนังสือค้าประกันให้ธุรกิจคุณ

บริการหนังสือค้าประกันบนอินเทอร์เน็ต

ระบบบริหารหนังสือค้าประกันบนเว็บไซต์ ตั้งแต่การขอก่อน จนถึงการต่ออายุ ช่วยลดการเดินทาง และลดระยะเวลาการควักที่สาขา

- **รู้ทุกความเคลื่อนไหว** ดูวงเงิน เช็คสถานะ
- **รวดเร็ว** ส่งคำสั่งตรง ไม่ต้องไปสาขา
- **ถูกต้อง** ตรวจสอบและแก้ไขฉบับร่างก่อนออกฉบับจริงได้

www.kasikornbank.com f KBank Live t KBank_Live y KBank Live c KBank Live

K-BIZ Contact Center 02-8888822

บริการทุกระดับประทับใจ

สรุปการบรรยายเรื่อง “เทคนิคการตรวจสอบตู้สินค้าอย่างมืออาชีพ”

เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2561 ที่ผ่านมา สมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สมาคมผู้ส่งออก) ได้จัดให้มีการบรรยายพิเศษแก่สมาชิกของสมาคมผู้ส่งออก ณ ห้องประชุม 1 สมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้น 32 ถนนพระราม 4 กรุงเทพฯ ในหัวข้อ “เทคนิคการตรวจสอบตู้สินค้าอย่างมืออาชีพ” โดยได้รับเกียรติจาก คุณเกรียงไกร เยี่ยงศุภพานนท์ Operation Deputy General Manager, N.Y.K. ICD เป็นวิทยากรบรรยาย มีเนื้อหาโดยสรุปดังนี้

1. กระบวนการของลานตู้ ในการรับตู้สินค้าเปล่าคืน

- ลานตู้รับข้อมูลจากสายเรือที่อนุญาตให้ลานตู้รับตู้สินค้าเปล่า
- ลานตู้รับข้อมูลจากพนักงานขับรถ ที่นำตู้เปล่ามาคืนที่ลานตู้
- ขั้นตอนการรับตู้สินค้าเปล่าของลานตู้
 1. ตรวจสอบ ข้อมูล เอกสาร
 2. ตรวจสอบ สภาพตู้สินค้าเปล่า
 3. เก็บค่าใช้จ่ายต่างๆ กับพนักงานขับรถ เช่น ค่าผ่านท่า ค่ายกตู้ ค่าล้างตู้ ค่าซ่อมตู้
 4. บันทึกข้อมูลเข้าระบบของลานตู้ เช่น ทะเบียนรถ สภาพตู้เปล่า
 5. ออกเอกสารให้พนักงานขับรถไว้เป็นหลักฐาน ได้แก่ ใบเสร็จรับเงิน และ ใบตรวจสอบสภาพตู้สินค้า (EIR)
 6. รับตู้เปล่า จากนั้น ยกตู้เปล่าลงในลานตู้

2. กระบวนการตรวจสอบสภาพตู้สินค้าเปล่าก่อนที่จะรับเข้าลานตู้

- 1) ตรวจสอบภายนอกทุกด้านของตู้ รวมทั้งใต้ท้องตู้สินค้าว่ามีความเสียหายหรือไม่
 - รอยบุบยุบ (Dent / Collapse)
 - รอยแตกทะลุ (Broken / Hole)
 - การบิดงอ (Twist or Bent)
 - ส่วนประกอบต่างๆของตู้มีครบ หรือสูญหายหรือไม่
 - หากผนังตู้มีสนิม จะต้องใช้ค้อนเคาะดูว่าทะลุหรือไม่
 - ตรวจสอบว่าต้องไม่มีสิ่งแปลกปลอมที่ติดแปลง ติดมากับส่วนใดๆของตู้
- 2) ตรวจสอบหลังคาตู้สินค้า
 - หลังคามีรอยแตก ทะลุ หรือไม่
 - หลังคาเกิดการบุ,ยุบ , โป่ง หรือไม่
 - ถ้าหลังคามีสนิมจะต้องใช้ค้อนเคาะดูว่าทะลุหรือไม่
 - คานบนตู้มีรอยแตกหรือบุบยุบหรือไม่
 - ตรวจสอบว่าต้องไม่มีสิ่งแปลกปลอมที่ติดแปลงติดมากับส่วนใดๆ ของตู้
- 3) การตรวจเช็คภายในตู้สินค้า
 - ผนังและพื้นมีความเสียหายหรือไม่ เช่น ตะป รอยทะลุ คราบขาว หลุด ฯ
 - มีแสงเข้าภายในตู้หรือไม่
 - ถ้าผนังหลังคา มีคราบน้ำ หรือสนิม จะต้องตรวจสอบว่าทะลุหรือไม่
 - ความสกปรกของตู้อยู่ในระดับใด และจะต้องทำความสะอาดด้วยวิธีการใด
 - ตรวจสอบว่าไม่มีสิ่งแปลกปลอมที่ติดแปลงติดมากับส่วนใดๆของตู้
- 4) ปิดประตูเพื่อตรวจเช็คแสงทุกครั้ง พร้อมทั้งตรวจสอบดูว่า ส่วนประกอบต่างๆของตู้เกิดความเสียหายหรือไม่ เช่น บิดงอ ฉีกขาด ที่อาจส่งผลต่อการปิด-เปิด

- 5) ถ้าเป็นผู้เสียหายให้ติดสติ๊กเกอร์สีเหลือง พร้อมทั้งเขียนรายละเอียด ดังนี้
 - รายละเอียดความเสียหายของตู้
 - วันที่ตู้เข้าลานตู้
 - เขียนเกรดของตู้ พร้อมทั้งวิธีการทำความสะอาดที่หน้าประตูตู้
- 6) เตรียมความพร้อมแก่พนักงาน เพื่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการทำงาน
 - กระตุ้นจิตสำนึกให้กับพนักงานก่อนการทำงานทุกเช้า (Morning Talk)
 - แต่งกายให้ปลอดภัยและเรียบร้อยในขณะปฏิบัติงาน
 - ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของบริษัทและลานตู้ อย่างเคร่งครัด

3. มาตรฐานการตรวจสอบสภาพตู้คอนเทนเนอร์ ตามมาตรฐานสายการบินเรือ NYK Line

จุดที่ต้องตรวจสอบ	ค่าที่ตรวจวัดได้ จะต้องไม่เกิน (หน่วย มม. = มิลลิเมตร)
1. ตรวจสอบด้านหน้าของตู้ (Front side)	
คานบนด้านหน้า	ยุบเข้า 40 มม. / โป่งออก 10 มม.
คานล่างด้านหน้า	ยุบเข้า 50 มม. / โป่งออก 10 มม.
เสาตู้	ยุบเข้า 25 มม. / โป่งออก 10 มม.
ผนังด้านหน้า	ยุบเข้า 50 มม. / โป่งออก 40 มม.
2. ตรวจสอบด้านข้างตู้ (Side panel)	
คานบนด้านข้าง	ยุบเข้า 30 มม. / โป่งออก 10 มม.
คานล่างด้านข้าง	ยุบเข้า 50 มม. / โป่งออก 10 มม.
ผนังด้านข้าง	ยุบเข้า 50 มม. / โป่งออก 40 มม.
3. ตรวจสอบด้านล่างของตู้ (Under side)	
คานล่างใต้พื้นทั้งหมด	บิดงอ 75 มม.
4. ตรวจสอบภายในตู้	
ผนังตู้	ไม่มีกาวเหนียว
พื้นตู้	พื้นรอยขีดข่วน มากกว่า 6 มม. แต่ไม่เกิน 15 มม. และความกว้างไม่เกิน 50 มม. ซ่อมโดยการ อุด หรือ โป้ว
	พื้นรอยขีดข่วน มากกว่า 6 มม. แต่ไม่เกิน 15 มม. และความกว้างมากกว่า 50 มม. ซ่อมโดยการ ตัดต่อ หรือ เปลี่ยน
	พื้นรอยขีดข่วน มากกว่า 15 มม. ซ่อมโดยการ ตัดต่อ, เปลี่ยน, อุด หรือ โป้ว
5. ตรวจสอบหลังคาตู้	
ผนังหลังคาตู้	ยุบลง 70 มม. / โก่งขึ้น 40 มม.
หากหลังคามีสนิม	จะต้องไม่ทะลุ
6. ตรวจสอบด้านประตูตู้ (Door)	
การเสียรูปทรงของประตูตู้	ต้องไม่กระทบการทำงานของประตูตู้
ทดสอบโดยการปิดประตู	น้ำหรือแสงต้องไม่สามารถเข้าในตู้ได้

4. การประเมินการทำความสะอาดตู้คอนเทนเนอร์ ตามมาตรฐานสายการบินเรือ NYK Line

สภาพตู้ : พร้อมใช้งานได้ทันที (AV)

จุดที่ตรวจสอบ	ลักษณะที่พบ
ผนังหลังคา	ไม่มีฝุ่น / ไม่มีคราบขาว (ฝุ่นแป้ง)
ผนังด้านข้าง	ไม่มีฝุ่น / ไม่มีคราบขาว (ฝุ่นแป้ง) ไม่มีคราบดำติดมือ
พื้น	มีฝุ่นได้เล็กน้อย

สภาพตู้ : สามารถทำการกวาด และถูได้ (SW)

จุดที่ตรวจสอบ	ลักษณะที่พบ
ผนังหลังคา	ไม่มีฝุ่น / ไม่มีคราบขาว (ฝุ่นแป้ง)
ผนังด้านข้าง	คราบฝุ่นเล็กน้อยติดมือได้ คราบสีเล็กน้อยติดมือได้
พื้น	คราบฝุ่นได้บ้าง / รอยล้อยางบาง

สภาพตู้ : สามารถทำการล้างขัดและฉีดล้างด้วยน้ำเปล่า (WW)

จุดที่ตรวจสอบ	ลักษณะที่พบ
ผนังหลังคา	มีฝุ่น / เชื้อรา / คราบขาว (ฝุ่นแป้ง) ไม่เกิน 10 %
ผนังด้านข้าง	คราบฝุ่นหนา / เชื้อรา / คราบดำ / คราบขาว (ฝุ่นแป้ง) ไม่เกิน 10 %
สภาพพื้น	คราบฝุ่นหนา / รอยล้อยางหนา / น้ำมันแห้งเล็กน้อย เป็นจุดๆ ไม่เกิน 10 %

สภาพตู้ : สามารถทำการล้างขัดผงซักฟอก (DW)

จุดที่ตรวจสอบ	ลักษณะที่พบ
ผนังหลังคา	มีฝุ่น / เชื้อรา / คราบขาว (ฝุ่นแป้ง) เกิน 10%
ผนังด้านข้าง	คราบฝุ่นติดมือ / เชื้อรา / คราบดำ / คราบขาว (ฝุ่นแป้ง) เกิน 10%
สภาพพื้น	น้ำมันเกิน 10% แต่ไม่ถึง 30% คราบสนิมตามพื้น

สภาพตู้ : สามารถทำการล้างหมักผงซักฟอก หรือ น้ำมันสน (CW)

จุดที่ตรวจสอบ	ลักษณะที่พบ
ผนังหลังคา	คราบขมระคาย
ผนังด้านข้าง	คราบขมระคาย
สภาพพื้น	คราบน้ำมัน เกิน 30 %
หมายเหตุ : หากติดกลิ่นที่มาจากขนส่งสินค้าก่อนหน้านี้ ให้ทำการล้างหมักผงซักฟอก หรือ น้ำมันสน	

สภาพตู้ : ล้างด้วยวิธีพิเศษ (Special Cleaning)

จุดที่ตรวจสอบ	ลักษณะที่พบ
ผนังหลังคา	คราบขาว หรือ อื่นๆ เติมผนัง
ผนังด้านข้าง	คราบขาว หรือ อื่นๆ เติมผนัง
สภาพพื้น	คราบขาว หรือ อื่นๆ เติมผนัง
หมายเหตุ : ก่อนทำการล้างประเภทนี้ จะต้องส่งรูปภาพ สภาพการขอล้างพิเศษ ให้ตัวแทนสายเรือพิจารณา เป็นกรณี ๆ ไป	



The trade finance expert
advancing your global
business success

Wherever your business takes you, Bangkok Bank is a trusted partner that can help you achieve your business goals by providing comprehensive trade services, a team of international trade experts, and an extensive worldwide network across major economies.

For more information, please contact Trade Finance Call Center Tel. 02-680-9559
www.bangkokbank.com/tradefinance

การสัมมนาหัวข้อ “อนาคตโลจิสติกส์ประเทศไทย: เชื่อมโยง รถ-เรือ-ราง รองรับการค้าระหว่างประเทศ”



ความแออัดในพื้นที่ท่าเรือแหลมฉบัง ซึ่งปัจจุบันมีรถบรรทุกผ่านเข้า ออก ท่าเรือแหลมฉบังถึงวันละ 8,000-10,000 คัน

การรถไฟแห่งประเทศไทย มีการปรับปรุงด้านคุณภาพบริการ จากการศึกษาที่ภาครัฐมีนโยบายให้พัฒนารถไฟทางคู่ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานระบบราง โดยในปี 64 และ 65 จะมีเส้นทางรถไฟเพิ่มขึ้นทั่วทั้งประเทศ เส้นทางสายเหนือ 700 กม. สายใต้ 1,000 กม. สายอีสาน 450 กม. เป็นต้น และสนับสนุนให้เกิดการ Shift Mode เพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ในภาพรวม สัดส่วนการขนส่งภาพรวมสำหรับการขนส่งทาง

ทิศทางการพัฒนาความเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการขนส่งเครือข่ายโลจิสติกส์ในเส้นทางยุทธศาสตร์ เพื่อประโยชน์ในการเลือกรูปแบบการขนส่ง การวางแผนการจัดการธุรกิจ ต้องมีบูรณาการอย่างไร้รอยต่อ (Seamless) โดยเฉพาะการขนส่งทางราง หากมองถึงทิศทางการค้าระหว่างประเทศในปัจจุบัน การส่งออกจะเติบโตที่ 9% จากตัวแรกที่ผ่านเข้ามาใน 8 เดือนแรก ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การส่งออกเติบโตทั้งในเชิงมูลค่า และปริมาณตู้สินค้ามีปริมาณขึ้นมาโดยตลอด สิ่งจำเป็นที่ต้องพิจารณา คือ ศักยภาพในการรองรับปริมาณตู้สินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่มีปัญหาความแออัด (Congestion) ของท่าเรือแหลมฉบัง รวมถึงเนื่องจากการรวมตัวของสายเรือที่ทำให้เรือมีขนาดใหญ่ขึ้น และปริมาณสินค้ามากขึ้น จึงเป็นที่มาของความต้องการในการเชื่อมโยงการขนส่งด้วยระบบราง เพื่อแบ่งเบาภาระของการขนส่งทางถนน และได้มีการดำเนินโครงการ Single Rail Transfer Operator : SRTO รวมถึงการขนส่งชายฝั่ง (Coastal Ship) และการเพิ่มจุดรวบรวมสินค้าทางราง Dry Port ICD และ CY เพื่อเป็นส่วนช่วยให้ท่าเรือแหลมฉบังสามารถรองรับต่อปริมาณสินค้า และการเติบโตของการค้าระหว่างประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

รางจะเปลี่ยนเป็นมุ้งขนส่งสินค้า 60% และขนส่งผู้โดยสาร 40% การพัฒนาจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้า CY ทั่วประเทศ รวมถึงจุดเชื่อมต่อเช่น ICD แห่งที่ 2 การเชื่อมต่อกับ Truck Terminal ให้อยู่ในจุดรวมเดียวกันสำหรับการขนส่งในลักษณะ Multimodal การรถไฟฯ มีแผนการซื้อรถจักร 50 คัน เช่าพร้อมซ่อม 50 คัน และแคร่สินค้า รองรับสินค้าทั้ง Bulk และ คอนเทนเนอร์ การพัฒนาระบบติดตามการเดินรถของการรถไฟ Tracking สินค้าเชื่อมต่อกับสินค้า ลูกค้า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์

กรมการขนส่งทางบก การพัฒนาสถานีขนส่งสินค้า จากเดิมมี 3 แห่ง รอบปริมาณ และ มีแผนในการขยายสถานีขนส่งสินค้าทั่วประเทศ 22 แห่ง เพื่อรองรับสินค้าทั่วประเทศ ทั้งบริเวณชายแดน และในเมืองหลัก (ซึ่งจะอยู่บริเวณรอบนอกเมืองลดปัญหาจราจรที่คับคั่ง) พื้นที่แรกที่มีการก่อสร้างที่ อ.เชียงของ จ.เชียงราย มีพื้นที่ 300 ไร่ และ จ.นครพนม ทั้ง 2 โดยก่อสร้างติดบริเวณชายแดน ซึ่งสถานีขนส่งสินค้าจะเชื่อมโยงกับการขนส่งระบบราง และมีพื้นที่ตั้งพื้นที่สำหรับ CIQ และมีการจัดตั้งพื้นที่ตรวจสอบร่วมระหว่าง 2 ประเทศ (Common Control Area : CCA)

การทำเรือแห่งประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการทำให้สาธารณูปโภคสามารถรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ จะช่วยลดปัญหาความแออัด การทำเรือฯ มีการพัฒนาในหลายโครงการ เช่น ขยายช่องทางการจราจรและประตูทางเข้าท่าเรือ โครงการ SRTO ได้มีการก่อสร้างย่านรถไฟในเขตท่าเรือแหลมฉบัง เพื่อรองรับตู้สินค้าจำนวน 2 ล้าน TEUs ต่อปี ซึ่งปัจจุบันดำเนินการแล้วเสร็จ และเริ่มให้บริการตั้งแต่วันที่ 14 กันยายน 2561 ท่าเรือชายฝั่งที่ได้ดำเนินการสร้างแล้วเสร็จ อยู่ระหว่างการหาผู้ประกอบการ สามารถรองรับตู้สินค้า 300,000 TEUs ต่อปี โดยท่าเรือแหลมฉบังวางเป้าหมายให้มีการขนส่งทางราง 30% และทางเรือชายฝั่ง 10% สำหรับการขยายพื้นที่ส่วนแหลมฉบังเฟสที่ 3 อยู่ระหว่างการออกแบบ และเสนอคณะรัฐมนตรีอนุมัติ เพื่อให้เอกชนเข้ามาลงทุน คาดว่าจะเปิดบริการได้ในระยะเวลา 4-5 ปีข้างหน้า และสำหรับพื้นที่แหลมฉบังเฟส 3 นี้ ได้มีการกำหนด Service Level Agreement สำหรับผู้รับสัมปทาน ในการดูแลการให้บริการ รวมถึงระยะเวลาในการดำเนินงาน ลดระยะเวลาการคอยรถบรรทุก และ

การเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ของภูมิภาค ด้วยศักยภาพของประเทศไทย มีความเป็น Gateway ด้วยนโยบายการพัฒนาพื้นที่เช่น EEC ทำให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น มีการขยายแนวระเบียงเศรษฐกิจมากขึ้น ส่งผลทำให้ตลอดแนวระเบียงเศรษฐกิจมีการพัฒนามากขึ้น โครงสร้างพื้นฐานในการขนส่งมีการพัฒนาการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้แนวโน้มปริมาณสินค้าจะมุ่งสู่แหลมฉบังมีจำนวนมากขึ้น ดังนั้นความชัดเจนแผนการรองรับการเติบโตของปริมาณสินค้ายังเป็นปัจจัยทางอ้อมที่สำคัญทำให้เกิดผลกระทบต่อต้นทุนของธุรกิจ ทำให้หันจากการลงทุนภาครัฐสำหรับโครงการชายฝั่งที่มีการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมในปัจจุบัน ภาครัฐต้องพิจารณาเรื่องการเชื่อมต่อทางกายภาพและ เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานยังคงเป็นสิ่งที่จะต้องดำเนินการแก้ไขโดยสะท้อนผ่านภาคเอกชน และคนในพื้นที่ ตัวอย่างเช่น Rotterdam มีการขยายท่าเรือ ต้องพิจารณาการลดปริมาณขนส่งทางถนน และเพิ่มการขนส่งทางรางเพิ่มขึ้น 40% เพื่อลดผลกระทบต่อพื้นที่ และความเป็นอยู่ของประชาชน

ปฏิทินกิจกรรม และการศึกษาดูงาน เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2561

NOVEMBER

29-30 **อบรมหลักสูตร “เรียนรู้ เจาะลึก ค้าชายแดน: เทคนิคการค้า การชำระเงิน พิธีการศุลกากร และการขนส่งข้ามแดน”**

โดย อ.บุญเลิศ สุภาพา

ผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าและการชำระเงินระหว่างประเทศ
คุณอำนวย กิจวิธกุล กรรมการสมาคมซีบีพีแห่งประเทศไทย
คุณณัฐพล มีแสง

General Manager, BIRD Interfreight (Thailand) Co., Ltd.
ณ ห้อง Quartz ชั้น 8 โรงแรมอเก็ส สุปพินิ ถ.พหลโยธิน 4

ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 6,955 บาท บุคคลทั่วไป 8,025 บาท

DECEMBER

13 **อบรมหลักสูตร “รู้ทันกลโกง จัดการความเสี่ยงจาก L/C ภายใต้ UCP600”**

โดย อ.บุญเลิศ สุภาพา

ผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าและการชำระเงินระหว่างประเทศ
ณ โรงแรมแวงคาสเตอร์ ถ.เพชรบุรีตัดใหม่

ค่าลงทะเบียน : สมาชิก 4,500 บาท บุคคลทั่วไป 5,500 บาท

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

หมายเหตุ : รายละเอียดต่างๆ อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม ค่าลงทะเบียนรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% แล้ว

บริการจัดฝึกอบรมในหน่วยงานหรือองค์กร (In-House Training)

หัวข้อและระยะเวลาการฝึกอบรมขึ้นอยู่กับความต้องการของบริษัทสมาชิกผู้ขอรับบริการ