



การศึกษากระบวนการศึกษากระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกา

กรณีศึกษา บริษัท กรีนสปอต จำกัด

The Study of Soy Milk Soy Milk Export Product to Affarica

Case Study : Green Spot Company Limited

จัดทำโดย

นายสหพนธ์ เกิดพืช

นางสาวณัฏฐิชา วีระสัย

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ปีการศึกษา 2562



การศึกษากระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกา

กรณีศึกษา บริษัท กรีนสปอต จำกัด

The Study of Soy Milk Export Product to Affarica

Case Study : Green Spot Company Limited

โดย 1. นายสหพนธ์ เกิดพีช

2. นางสาวณัฏฐิชา วีระสัย

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
วิชาโครงการ ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ (ATC)

(อาจารย์ยุพิน รอดไผ่ล้อม)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ยุพิน รอดไผ่ล้อม)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

บทคัดย่อ

การศึกษากระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกา

กรณีศึกษา บริษัท กรีนสปอต จำกัด

The Study of Soy Milk Export Product to Affarica

Case Study : Green Spot Company Limited

ผู้จัดทำโครงการ	1. นายสหพนธ์ เกิดพีช
	2. นางสาวณัฏฐิชา วีระสัย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ยุพิน รอดไผ่ล้อม
สาขาวิชา	การจัดการโลจิสติกส์
สถาบัน	วิทยาลัยอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

การศึกษากระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกากรณีศึกษา บริษัท กรีนสปอต จำกัด เพื่อทราบถึงขั้นตอนการส่งออก รวมไปถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการส่งออก

จากการศึกษาพบว่า การส่งออกของบริษัท กรีนสปอต จำกัด ในการส่งออกนมถั่วเหลืองทำให้ทราบถึงขั้นตอนการส่งออกอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการส่งออก ด้วยระบบ SAP มีการใช้งานครอบคลุมทุกฟังก์ชันของระบบ การส่งออก ไม่ว่าจะเป็นจำนวนของสินค้าหรือการจัดตารางการส่งออก การควบคุมการส่งออก ไปจนถึง การคำนวณต้นทุนในการส่งออก

ประโยชน์ที่ได้รับจากการที่ได้ไปศึกษาขั้นตอนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกา ทำให้รู้และเข้าใจนอกเหนือจากที่ศึกษาภายในห้องเรียนเกี่ยวกับหลักการส่งออกที่ถูกต้อง ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดในการศึกษาหรือการประกอบธุรกิจในหลักการส่งออกในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

กิตติกรรมประกาศโครงการเล่มนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างดี
 ยิ่งจากอาจารย์ยุพิน รอดไผ่ล้อม อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่คอยนำเป็นกำลังใจและให้คำปรึกษาที่
 เอื้อประโยชน์มาโดยตลอด ทำให้คณะผู้จัดทำโครงการฯ ได้รับแนวทางในการศึกษาค้นคว้าหา
 ความรู้และประสบการณ์ ในการทำโครงการครั้งนี้จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้
 ขอขอบคุณคณะอาจารย์วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการทุกท่านที่ได้อุทิศแรงกายแรงใจใน
 การประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ทำให้คณะผู้จัดทำโครงการฯ สามารถนำความรู้
 ที่ได้รับมาเชื่อมโยงจนสามารถทำให้โครงการเป็นผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้คณะผู้จัดทำ
 โครงการฯ รู้สึกยินดีและภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งจากการทำโครงการเล่มนี้หวังว่าจะเป็นประโยชน์
 สำหรับผู้ที่สนใจทั่วไป และสามารถนำแนวคิดต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจและการเรียนการศึกษา
 ได้หากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้จัดทำโครงการฯ ต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำโครงการฯ ได้รับความอนุเคราะห์จากคุณปาริชาติ ปราบ
 ตำแหน่งทรัพยากรบุคคลของบริษัท กรีนสปอต จำกัด ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าไปศึกษาดู
 งานเพื่อจัดทำโครงการเล่มนี้ ทำให้โครงการสำเร็จสมบูรณ์คณะผู้จัดทำโครงการฯ ตำนีในความ
 กรณาและซาบซึ้งในน้ำใจด้วยความจริงใจขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(2)
สารบัญ	(3)
สารบัญภาพ	(5)
สารบัญตาราง	(6)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	1
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ประวัติบริษัทและการดำเนินธุรกิจ	3
ประวัติความเป็นมาของบริษัท	3
รูปภาพป้ายหน้าบริษัท	9
ผังองค์กร	11
แผนที่	12
วิสัยทัศน์และพันธกิจ	13
ผลิตภัณฑ์และภาพประกอบ	17
บทที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	37
ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการส่งออก	37
ทฤษฎีเกี่ยวกับพิธีการศุลกากร	49
ทฤษฎีเกี่ยวกับประกันภัย	62
ลักษณะประเทศแอฟริกา	67
นิยามคำศัพท์	71
บทที่ 4 การพัฒนา	79
กระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองแบรนด์ไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา	79
เทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา	79
ปัญหาและวิธีการแก้ปัญหาการส่งออกนมถั่วเหลืองไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา	79
นำความรู้ความเข้าใจที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาและนำไปประยุกต์	80
ใช้ในการประกอบอาชีพ	
หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	80

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	81
สรุป	81
ข้อเสนอแนะ	81
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ก. ใบบันทึกการปฏิบัติงานโครงการ	
ข. ใบขอความอนุเคราะห์เข้าศึกษาดูงาน บริษัท กรีนสปอต จำกัด	
ค. ภาพบรรยากาศในการศึกษาดูงานภายใน บริษัท กรีนสปอต จำกัด	
ง. ขั้นตอนการทำโมเดล	
จ. งบประมาณการทำโมเดล	
ประวัติคณะผู้จัดทำ	

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 ผู้ก่อตั้งบริษัท นายโชติ โสภณพนิช	4
ภาพที่ 2.3 บริษัท กรีนสปอต จำกัด	9
ภาพที่ 2.4 บริษัท กรีนสปอต จำกัด	11
ภาพที่ 2.5 แผนที่ตั้งบริษัท กรีนสปอต จำกัด	13
ภาพที่ 2.6 การตรวจวัดคุณภาพอากาศจากปล่องของ บริษัท กรีนสปอต จำกัด	18
ภาพที่ 2.6 การวิเคราะห์คุณภาพน้ำทิ้ง ของ บริษัท กรีนสปอต จำกัด	19
ภาพที่ 2.7 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	19
ภาพที่ 2.8 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	20
ภาพที่ 2.9 มาผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	21
ภาพที่ 2.10 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	22
ภาพที่ 2.11 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	23
ภาพที่ 2.12 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	24
ภาพที่ 2.13 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	25
ภาพที่ 2.14 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	26
ภาพที่ 2.15 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	27
ภาพที่ 2.16 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	28
ภาพที่ 2.17 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	29
ภาพที่ 2.18 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	30
ภาพที่ 2.19 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	31
ภาพที่ 2.20 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	32
ภาพที่ 2.21 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	33
ภาพที่ 2.22 ผลิตรักข์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด	34
ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจส่งออก	40
ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการส่งออกสินค้า	58
ภาพที่ 3.3 แฟ้มข้อมูลอ้างอิงข้อมูลใบขนสินค้าขาออก	59

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.1 แสดงอัตราการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของประชากร

หน้า

6

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การส่งออกสินค้าของประเทศไทยในปัจจุบัน เป็นตัวกำหนดความสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้น ส่วนมากเป็นธุรกิจที่สามารถส่งออกวัตถุดิบและสินค้าออกนอกประเทศ โดยสินค้าที่ส่งออกมักเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไม่ได้ เช่น ยารักษาโรค สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิต สินค้าเกษตรบางชนิด เป็นต้น ทำให้ธุรกิจการส่งออกของประเทศไทยประสบความสำเร็จในปัจจุบันและรายได้ทั้งหมดก็เป็นส่วนแบ่งที่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาการส่งออกและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมีการพัฒนาการส่งออกและแก้ไขปัญหาเนื่องจากขั้นตอนการส่งออกสินค้านั้นมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และปัญหาทางด้านต้นทุน คณะผู้จัดทำโครงการจึงต้องทำความเข้าใจและศึกษาข้อปฏิบัติให้ถูกต้อง เพื่อให้การประกอบธุรกิจส่งออกสินค้าเป็นไปอย่างสะดวกและได้รับผลสำเร็จในการลงทุน จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาขั้นตอนการส่งออกของนมถั่วเหลืองเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าเกิดประสิทธิภาพในการส่งออกนมถั่วเหลืองของบริษัท กรีนสปอต จำกัด

บริษัท กรีนสปอต จำกัด ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศในด้านคุณภาพของนมถั่วเหลืองในแบรนด์ไวตามิลค์ให้ความสำคัญในเรื่องของวัตถุดิบและการตรวจสอบการส่งออกนมถั่วเหลืองจะต้องผ่านมาตรฐานที่ถูกต้องตามกระบวนการผลิตเพื่อให้สินค้าได้รับมาตรฐานการเป็นต้นแบบของธุรกิจจากลูกค้าในหลายประเทศ

คณะผู้จัดทำจึงศึกษากระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกา ภูมิภาคศึกษา บริษัทกรีนสปอต จำกัด ซึ่งจะได้ทราบกระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกาอย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองแบรนด์ไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา ภูมิภาคศึกษา บริษัท กรีนสปอต จำกัด
2. เพื่อศึกษาเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองแบรนด์ไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา ภูมิภาคศึกษา บริษัท กรีนสปอต จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัญหาและวิธีการแก้ปัญหาการส่งออกนมถั่วเหลืองแบรนด์ไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา ภูมิภาคศึกษา บริษัท กรีนสปอต จำกัด
4. เพื่อนำความรู้ความเข้าใจที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาและนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต

5. เพื่อนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมาประยุกต์ใช้กับการจัดทำโครงการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจกระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองแบรนด์ไวตามิลค์ กรณีศึกษา บริษัท กรีนสปอต พลาส จำกัด
2. นำความรู้จากการศึกษาด้านเทคโนโลยีไปปรับใช้ในกระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองแบรนด์ไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา
3. ได้รู้ปัญหาและวิธีการแก้ปัญหาการส่งออกนมถั่วเหลืองแบรนด์ไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา กรณีศึกษา บริษัท กรีนสปอต จำกัด
4. สามารถนำความรู้ความเข้าใจที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาและนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต
5. สามารถนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมาประยุกต์ใช้กับการจัดทำโครงการ

บทที่ 2

ประวัติบริษัทและการดำเนินธุรกิจ

ประวัติบริษัทและการดำเนินธุรกิจซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของ บริษัท กรีนสปอต จำกัด
2. รูปภาพป้ายหน้าบริษัท กรีนสปอต จำกัด
3. ผังองค์กร
4. แผนที่
5. นโยบาย/วิสัยทัศน์
6. ผลิตภัณฑ์และภาพประกอบ

1. ประวัติความเป็นมาของ บริษัท กรีนสปอต จำกัด

บริษัท กรีนสปอต จำกัด ได้ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2497 โดยโรงงานแห่งแรก ตั้งอยู่ บนถนนหลานหลวง โดยร่วมทุนของ นาย เคเค หลิน นักธุรกิจชาวฮ่องกง และ นายโชติ โสภณพนิช เริ่มทำการผลิตน้ำส้มประเภทไม่อัดก๊าซ และจัดจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายทางการค้า “กรีนสปอต” ต่อมาภายในปี พ.ศ. 2501 บริษัทฯ ได้ผลิตน้ำนมถั่วเหลือง “ไวตามิ้ลค์” บรรจุขวดออกจำหน่ายเป็นรายแรกของประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการเครื่องดื่มคุณภาพดี ราคาประหยัด และ สะดวกต่อการบริโภคใน ปีพ.ศ.2516 โรงงาน กรีนสปอต ได้ย้ายมาตั้งอยู่บนเนื้อที่ 22 ไร่ บริเวณหัวหมากเนื่องจากมีการ ขยายตัวทางธุรกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ในปัจจุบัน ในปี พ.ศ.2534 บริษัทฯ ได้จัดสร้างโรงงานผลิตแห่ง ใหม่ย่านรังสิต บนเนื้อที่ 180 ไร่ ซึ่งนับว่าเป็นผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์น้ำนมถั่วเหลืองรายใหญ่ที่สุดใน ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในปี พ.ศ.2541 บริษัทฯ ได้เพิ่มฐานกำลังการผลิตอีกครั้งโดยสร้าง โรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์น้ำนมถั่วเหลือง บรรจุขวดแบบ TO GO ขึ้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีในช่วงเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก เป็นผู้ชำนาญการทางด้านการผลิต และการตลาดผลิตภัณฑ์ น้ำนมถั่วเหลือง และมีการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศกว่า 20 ประเทศทั่วโลก และถือได้ว่า บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลกบริษัท กรีน สปอต (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งเมื่อปีพ.ศ. 2497 โดยดำเนินการธุรกิจการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มที่ มีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค ปัจจุบันมีเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายภายใต้ตราสินค้า กรีนสปอต ไวตามิ้ลค์ วิ-ชอย และไอ-มาร์ค น้ำส้มกรีนสปอต เป็นน้ำส้มไม่อัดลมชนิดแรกของ ประเทศไทยซึ่งยังคงได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวไทยและได้มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ กรีนสปอต เลมอน-ฮันนี น้ำมะนาวผสมน้ำผึ้ง ในปีพ.ศ. 2546 ไวตามิ้ลค์ เป็นนมถั่วเหลืองยี่ห้อแรก ในประเทศไทยที่มีการบรรจุขวด และเป็นนมถั่วเหลืองที่จำหน่ายมากที่สุดตั้งแต่เริ่มวางจำหน่าย

จนถึงปัจจุบัน ในฐานะผู้นำตลาดนมถั่วเหลือง ไวต้ามิลค์ได้มีการแนะนำใหม่ๆ ให้แก่ผู้บริโภคตลอดเวลา เช่น ไวต้ามิลค์ สูตรเจเสริมวิตามิน สำหรับผู้ที่ทานอาหารมังสวิรัตและอาหารเจ และ ไวต้ามิลค์ แชมป์ นำนมถั่วเหลืองสูตรเสริมวิตามินและแคลเซียมชนิดแรก que พัฒนาขึ้นให้ตรงกับความต้องการของเด็กวัยเจริญเติบโต วิชอยไฮแคลเซียม เป็นนมถั่วเหลืองที่มีแคลเซียมสูงสำหรับผู้ใส่ใจในสุขภาพของตน นมถั่วเหลืองทุกชนิดของบริษัทฯ ไม่มีวัตถุกันเสียและเลือกสรรเฉพาะเมล็ดถั่วเหลืองคุณภาพสูงผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัยและถูกสุขลักษณะเพื่อให้มีคุณภาพที่ดีอยู่เสมอ จึงสามารถเก็บไว้ได้นานโดยไม่ต้องแช่เย็น บริษัท กรีนสปอต (ประเทศไทย) จำกัด มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

—
โชติ โสภณพนิช
 Managing Director



ภาพที่ 2.1 ผู้ก่อตั้งบริษัท นายโชติ โสภณพนิช

ในปี พ.ศ. 2498 บริษัทกรีนสปอต จำกัด เล็งเห็นว่าคนไทยยังไม่มีเครื่องดื่มที่เน้นสุขภาพ โดยเฉพาะนมถั่วเหลืองน่าจะเติบโตไปได้ในประเทศไทย เพราะในตลาดฮ่องกงประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ประกอบกับการตลาดในเมืองไทยยังมีช่องว่าง และมีโอกาส บริษัทฯ จึงเริ่มผลิตนมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ ชนิดขวดคืน (Returnable Bottle) ซึ่งเป็นรูปแบบเดียวกับผลิตภัณฑ์กรีนสปอตออกสู่ตลาด

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2526 รูปแบบการตลาดของนมเริ่มเปลี่ยน รัฐบาลเริ่มออกมารณรงค์ให้คนไทยหันมาดื่มนมมากขึ้น และเริ่มมีช่องทางการขายประเภทห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตเกิดขึ้น ผู้ผลิตนมและนมถั่วเหลืองรายอื่นจึงได้หันมาให้ความสำคัญต่อรูปลักษณ์ใหม่ของบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบ ยูเอชที ซึ่งเป็นรูปแบบที่สามารถวางขายได้ในช่องทางการขายดังกล่าวซึ่งผู้บริโภคหาซื้อและนำไปรับประทานได้สะดวกกว่าแบบขวดแก้ว ผลิตภัณฑ์ไวตามิ้ลค์จึงได้ขยายการผลิตนมถั่วเหลือง ชนิดบรรจุกล่องยูเอชที ครั้งแรก ในรูปบรรจุภัณฑ์ขนาด 250 มิลลิลิตร และมีการทดลองวางตลาดรสโกโก้เพิ่มอีก 1 รส แต่เนื่องจากนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์แบบนี้ ยังไม่เป็นที่คุ้นเคยกับผู้บริโภคในสมัยนั้น ซึ่งมีความเชื่อว่านมที่บรรจุในกล่องยูเอชที อาจไม่สามารถรักษาความสดและคุณภาพได้ดีเหมือนขวดแก้ว อีกทั้งช่องทางการจำหน่ายสมัยนั้นยังไม่เติบโตเท่าที่ควร ปริมาณความต้องการของผู้บริโภคยังไม่มากนัก จนในปี 2523 ผู้บริโภคเริ่มมีความคุ้นเคยกับบรรจุภัณฑ์ยูเอชที ปริมาณความต้องการไวตามิ้ลค์ ยูเอชที จึงมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นมาก หลังจากนั้นไวตามิ้ลค์ จึงเริ่มมีการแตก Sub Brand โดยการเพิ่มรสชาติใหม่ขึ้นมา ได้แก่ รสสตรอเบอร์รี่ รสเมลอน รสคอกโก้ และรสวนิลา เพื่อขยายตลาด แต่ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากผู้บริโภคยังคงให้ความนิยมนับกับไวตามิ้ลค์รสดั้งเดิม คือ สูตรหวาน ประกอบกับผู้บริโภครู้สึกว่าการที่นมถั่วเหลืองมีรสเปรี้ยวเหมือนนมเสีย ในที่สุดในปี 2541 บริษัทฯ จึงตัดสินใจยกเลิกรสอื่น ๆ และคงรสดั้งเดิมไว้เพียงรสเดียว และเริ่มปรับกลยุทธ์ของการแตก Sub Brand จากการใช้รสชาติเป็นตัวแบ่ง มาเป็นการใช้ขนาดของกล่อง คุณสมบัติ และกลุ่มเป้าหมาย เป็นตัวแบ่งเพื่อขยายฐานผู้บริโภคและตลาดให้กว้างขึ้น จนกระทั่งในปี 2544 ไวตามิ้ลค์ ยูเอชที จึงมี Sub Brand ดังนี้

1. ขนาด 200 มิลลิลิตร สำหรับผู้หญิงที่ดื่มชนิดกล่องขนาด 250 มิลลิลิตรไม่หมด
2. ไอแอนท์ สำหรับเด็กอายุ 6 – 10 ปี
3. ขนาด 250 มิลลิลิตร สำหรับแม่บ้านอายุ 25 – 45 ปี
4. ขนาด 250 มิลลิลิตร สูตรเจ สำหรับผู้ที่ทานเจ และสำหรับผู้หิยังยุคใหม่ที่ใส่ใจ

ในเรื่องรูปร่างและสุขภาพ เพราะไม่มีส่วนผสมของนมผง

5. ขนาด 1 ลิตร สำหรับครอบครัวยุคใหม่ที่ดื่มนมถั่วเหลืองทั้งครอบครัวผู้บริโภคจึงเริ่มหันมาตื่นตัวและเตือนตัวเองให้บริโภคเนื้อสัตว์ หรือผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ให้น้อยลง ทำให้กระแสการรับประทานอาหารประเภทชีวจิต หรืออาหารเพื่อสุขภาพจึงเริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้บริโภคชาวไทย โดยเฉพาะในช่วงปี 2543-2544 ซึ่งแม้ว่าจะมีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ

สุขภาพเกิดขึ้นมากมาย เช่น น้ำนมข้าวยาคุ นมข้าวโพด หรือน้ำอาร์ซี แต่มถั่วเหลืองก็เป็นหนึ่งในทางเลือกที่ผู้บริโภคนิยม เนื่องจากมีความคุ้นเคยมาตั้งแต่ในอดีตและผู้บริโภคก็รับรู้ถึงคุณประโยชน์อันมหาศาลของนมถั่วเหลือง (สุขชัย ชยุดิ, สัมภาษณ์) จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เริ่มหันมาสนใจรับประทานนมถั่วเหลืองมากขึ้นนี้เอง ทำให้อัตราการบริโภคนมถั่วเหลืองของประเทศไทยมีอัตราเติบโตสูงขึ้นทุกปี โดยปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่ ประชากรดื่มนมถั่วเหลืองมากเป็นอันดับ 3 เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ

ประเทศ/ปี	2540	2541	2542	ปริมาณลิตร/คน
จีน	600	652	652	0.53
สหรัฐอเมริกา	73	120	200	0.45
ไทย	120	133	160	2.6
อาร์เจนตินา	80	107	140	3.08
เกาหลีใต้	142	135	140	2.98

ตารางที่ 2.1 แสดงอัตราการบริโภคนมถั่วเหลืองของประชากร

ที่มา:บริษัท Tetra Pak จำกัด

เมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป และกระแสของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะนมถั่วเหลืองยังแรงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นจากเดิมในปี 2541 ที่ตลาดนมถั่วเหลืองมีผู้ประกอบการในตลาดเพียง 2 ราย คือ ผลิตภัณฑ์ไวตามิลค์ และแลคตาซอย ทำให้ในปี พ.ศ. 2542 บริษัท เสริมสุข วายเอช เอส จำกัด ได้ส่งนมถั่วเหลืองยี่ห้อ โย ออกสู่ตลาดทั้งในรูปแบบขวด และแบบกล่องยูเอชที เพื่อมาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด แต่ด้วยรสชาติที่ยังไม่ถูกลิ้นคนไทย ทำให้ผลิตภัณฑ์โยไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2544 บริษัทดัชมิลล์กรุ๊ป ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นบริษัทนมยักษ์ใหญ่ที่ประสบความสำเร็จมากจากการทำตลาดนมเปรี้ยว เป็นอีกบริษัทที่มีความสนใจในตลาดนมถั่วเหลือง จึงได้ส่งนมถั่วเหลืองยี่ห้อ ดีเอ็นเอ (DNA) ในรูปของกล่องยูเอชที ออกสู่ตลาด ทำให้ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ไวตามิลค์ยูเอชที มีคู่แข่งในตลาดถึง 3 ราย คือ แลคตาซอย ดีเอ็นเอ จากเดิมที่มีเพียงแลคตาซอยเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ไวตามิลค์ ยูเอชที ก็ยังสามารถชนะใจผู้บริโภคชาวไทย และครองความเป็นผู้นำในตลาดนมถั่วเหลืองมาได้จนถึงปัจจุบัน

(ณัฐนันท์ เต็มวิเศษ, สัมภาษณ์) จากการใส่ใจในทุกรายละเอียดความพึงพอใจและใส่ใจของผู้ผลิต ทำให้ทุกผลิตภัณฑ์ภายใต้การผลิตของบริษัท กรีนสปอต ได้รับความนิยม จากผู้บริโภคด้วยดีมา โดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นน้ำส้มกรีนสปอต ซึ่งผลิตจากน้ำส้มแท้ผสมใยส้ม ช่วยดับกระหาย ให้ความสดชื่นและไม่ทำลายสุขภาพ เนื่องจากไม่มีการอัดลมที่ส่งผลต่อระบบทางเดินอาหาร ในขณะที่นมถั่วเหลือง ไวตามิลค์ก็ตอบโจทย์เรื่องคุณค่าทางโภชนาการได้อย่างดีเยี่ยม ด้วยการเลือกใช้ถั่วเหลืองที่คัดสรรเฉพาะเกรดพรีเมียม มาใช้ เพื่อให้ได้นมถั่วเหลืองที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการควบคุมคุณภาพตั้งแต่กระบวนการผลิต และความความตั้งใจตั้งแต่ต้นทางกระทั่งปลายทาง ล้วนส่งผลให้นมถั่วเหลืองไวตามิลค์ มียอดขายน่าย มากที่สุดตั้งแต่เริ่มออกสู่ท้องตลาดจนถึงทุกวันนี้ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบขวดหรือกล่อง รองรับการใช้งานของ ผู้บริโภคที่หลากหลาย ขณะที่ผลิตภัณฑ์วุ้น นมถั่วเหลืองผสมขมิ้นที่หลากหลาย ทั้งข้าวบาร์เลย์ ข้าวกล้อง งาดำ อัดแน่นด้วยคุณประโยชน์เต็มกล่อง ด้วยสรรพคุณในการเสริมสร้างความแข็งแรงของกระดูกและฟัน ไปพร้อมๆ กับการทำให้หัวใจแข็งแรง เป็นจุดเด่นของสินค้าก้าวขึ้นเป็นผู้นำเครื่องดื่มสุขภาพแห่งเอเชียและแอฟริกา เพราะยึดมั่นปรัชญาในการดำเนินธุรกิจที่ว่า “เราจะเติมพลังชีวิตและความสุขให้กับทุกคน (To add vitality and happiness to people’s lives) จนประสบความสำเร็จในอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ทั้งในระดับ ประเทศและเป็นที่รู้จักทั่วโลก แต่บริษัทกรีนสปอตยังคงไม่หยุดพัฒนาคุณภาพสินค้า ไปพร้อมๆ กับทุ่มเททำงานอย่างหนัก เพื่อเป้าหมายการเป็นผู้นำด้านเครื่องดื่มจากถั่วเหลืองที่มี คุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการในทวีปเอเชียและแอฟริกา ภายในปีพ.ศ. 2563 ภายใต้อปปรัชญา การทำงานแบบมีอาชีพทั้ง 4 ข้อ คือ

- เข้าถึงและตอบสนองความต้องการลูกค้า (Serve Customer)
- มุ่งพัฒนาอยู่เสมอ (Do better)
- ร่วมด้วยช่วยกัน (Team Spirit)
- สู่อำนาจสำเร็จ (Achievement)

คุณภาพที่ถูกยอมรับในระดับสากลนอกจากการขึ้นห้อยอยู่ในแถวหน้าของวงการ นมถั่วเหลืองมาเกินครึ่งศตวรรษ การได้รับรองมาตรฐานและรางวัลต่าง ๆ ล้วนเป็นเครื่องพิสูจน์ความความสำเร็จของกรีนสปอตได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น รางวัล Thailand Energy Award ด้านอนุรักษ์พลังงาน โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน รางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น โดยกระทรวงพาณิชย์ รางวัล Thailand ICT Excellence Award ประเภทโครงการขับเคลื่อนธุรกิจ จากโครงการติดตั้งระบบสนับสนุนการบริหารงานขายศูนย์จัด

จำหน่ายสินค้า สมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย ร่วมกับ NECTEC สถานประกอบการกิจการดีเด่น ด้านแรงงาน สัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานประจำปี 2557 มอบโดยกระทรวงแรงงาน รวมถึงตรา ตัวยุทธภัณฑ์ Thailand Trust Mark ซึ่งมีความสำคัญ ทั้งสร้างความภาคภูมิใจแก่พนักงานทุกคน เป็นพลังขับเคลื่อนธุรกิจ เสริมความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ นำมาซึ่งความน่าเชื่อถือในระดับสากล

2. รูปภาพป้ายหน้าบริษัท/องค์กร/หน่วยงาน ที่ไปศึกษา

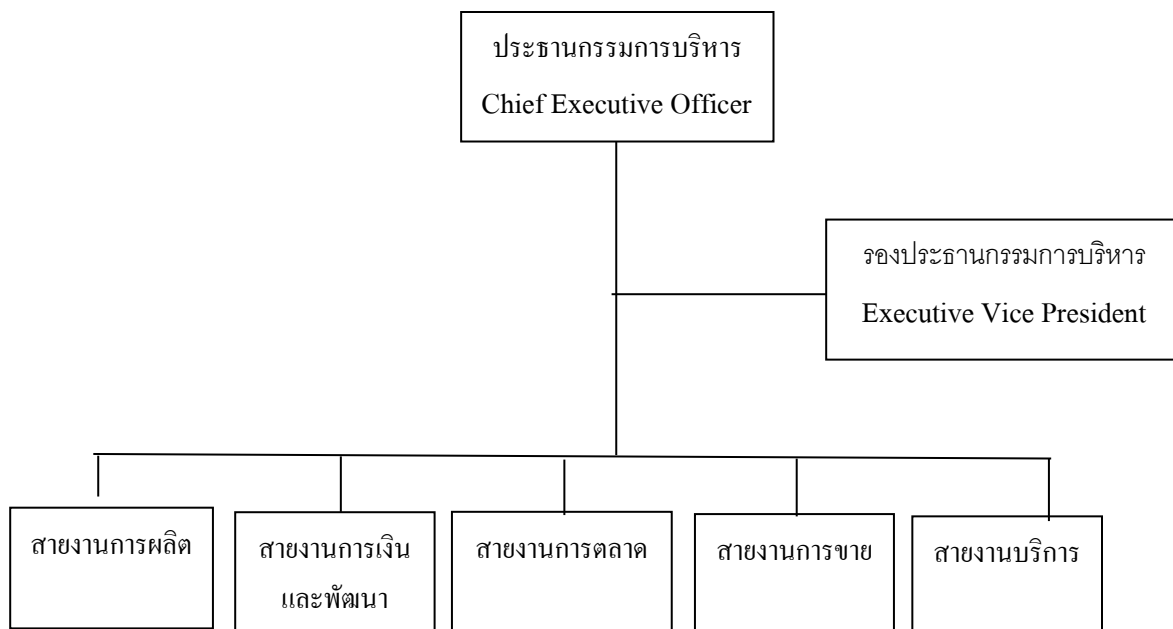


ภาพที่ 2.3 บริษัท กรีนสปอต จำกัด



3. ผังองค์กร

โครงสร้างการบริหารงาน (ORGANITION CHART)



(ที่มา: บริษัท กรีนสปอต จำกัด)

4. แผนที่ของบริษัท กรีนสปอต จำกัด



ภาพที่ 2.5 แผนที่ตั้งบริษัท กรีนสปอต จำกัด

บริษัท กรีนสปอต จำกัด : หัวหมาก

ที่อยู่ : 288 ถ.ศรีนครินทร์ แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทรศัพท์: 0-2725-9800 โทรสาร:0-2725-9801

เว็บไซต์: <https://www.greenspot.co.th/contact> เวลาทำการ:จันทร์-ศุกร์ เวลา 08:00-17:30 น.

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

5. นโยบายและวิสัยทัศน์

บริษัท กรีนสปอต จำกัด มีนโยบายในการพัฒนาองค์กรและศักยภาพในการเพิ่มผลผลิต โดยมุ่ง เน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มคุณภาพสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกยุคสมัย ทั้งนี้ หากมีสินค้าที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน พัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในแง่ของสินค้าใหม่ ๆ และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในแง่ของสินค้าใหม่ ๆ และกลยุทธ์ทางการตลาดอยู่เสมอ เพื่อให้เข้าถึง ความต้องการที่หลากหลายสร้างความภาคภูมิใจแก่พนักงานทุกคน เป็นพลัง ขับเคลื่อนธุรกิจ เสริมความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ นำมาซึ่งความน่าเชื่อถือในระดับสากล องค์กรผู้บริโภค เพื่อก้าวสู่ การเป็นผู้นำด้านเครื่องดื่มน้ำนมถั่วเหลือง ในทวีป เอเชียและแอฟริกาโดยมีนโยบายและวิธีการดำเนินงานธุรกิจไว้ 3 ประการดังนี้

1. เป็นผู้นำทางด้านการผลิต และจัดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ในภาคพื้นเอเชียอาคเนย์

2. พัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

3. ขยายเครือข่ายของบริษัทและขยายแนวร่วมสู่ตลาดต่างประเทศ

นโยบายหลักในการบริหารงานของบริษัทปฏิบัติ 3 ข้อดังนี้

1. เน้นคุณค่าของทรัพยากรบุคคล ให้มีความสำคัญในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทุกระดับชั้น ซึ่งบริษัท ได้มีการจัดอบรมในหัวข้อต่าง ๆ ให้บุคลากรอย่างต่อเนื่องทุกปี

2. เน้นการผลิตสินค้าที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ บริษัท ดำเนินการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาประหยัด และสะดวกต่อการบริโภค

3. ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริษัทมีการลงทุนนำเครื่องจักรที่มีราคาสูง มาใช้ในการผลิตนมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ พร้อมทั้งติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียในโรงงาน

นอกจากนี้บริษัทได้ประกาศนโยบายคุณภาพ ISO9002 ไว้ว่า บริษัท กรีนสปอต จำกัด มีความมุ่งมั่นเป็นผู้นำการผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ และคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อความพึงพอใจของผู้บริโภคและลูกค้า ได้กำหนดวัตถุประสงค์คุณภาพดังนี้

1. ทุกคนมีส่วนร่วมในการจัดทำและดำเนินการระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO9002

2. พัฒนาบุคลากรทุกระดับให้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่ความรับผิดชอบ และเป้าหมายของงาน มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานร่วมกับผู้อื่น และมีทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานในระบบคุณภาพ

3. ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานกำหนดของบริษัทฯ และพัฒนาสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

4. จัดจำหน่าย ส่งมอบสินค้า และบริการลูกค้า ตามข้อตกลง

5. จัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และจัดเก็บตามมาตรฐานที่กำหนดของบริษัทฯ



ภาพที่ 2.6 การตรวจวัดคุณภาพอากาศจากปล่อยของ บริษัท กรีนสปอต จำกัด

(ที่มา: <http://www.ftiebusiness.com/shop/knowledge-detail>)



ภาพที่ 2.6 การวิเคราะห์คุณภาพน้ำทิ้ง ของ บริษัท กรีนสปอต จำกัด

(ที่มา: <http://www.ftiebusiness.com/shop/knowledge-detail>)

จากการใส่ใจในทุกรายละเอียดความพึงพอใจและใส่ใจของผู้ผลิต ทำให้ทุกผลิตภัณฑ์ภายใต้การผลิตของบริษัท กรีนสปอต ได้รับความนิยม จากผู้บริโภคด้วยดีมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นน้ำส้มกรีนสปอต ซึ่งผลิตจากน้ำส้มแท้ผสมโยสัม ช่วยดับกระหาย ให้ความสดชื่นและไม่ทำลายสุขภาพ เนื่องจากไม่มีการอัดลมที่ส่งผลต่อระบบทางเดินอาหาร ในขณะที่นมถั่วเหลืองไวตามิลค์ก็ตอบโจทย์เรื่องคุณค่าทางโภชนาการได้อย่างดีเยี่ยม ด้วยการเลือกใช้ถั่วเหลืองที่คัดสรรเฉพาะเกรดพรีเมียม มาใช้ เพื่อให้ได้นมถั่วเหลืองที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการควบคุมคุณภาพตั้งแต่กระบวนการผลิต และความความตั้งใจตั้งแต่ต้นทางกระทั่งปลายทาง สืบส่งผลให้นมถั่วเหลืองไวตามิลค์ มียอดขายมากที่สุดในช่วงตั้งแต่เริ่มออกสู่ท้องตลาดจนถึงทุกวันนี้ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบขวดหรือกล่อง รองรับการใช้งานของ ผู้บริโภคที่หลากหลาย ขณะที่ผลิตภัณฑ์วชอย นมถั่วเหลืองผสมธัญพืชที่หลากหลาย ทั้งข้าวบาร์เลย์ ข้าวกล้อง งาดำ อัดแน่นด้วยคุณประโยชน์เต็มกล่อง ด้วยสรรพคุณในการเสริมสร้างความแข็งแรงของกระดูกและฟัน ไปพร้อมๆ กับการทำให้หัวใจแข็งแรง เป็นจุดเด่นของสินค้า นอกจากการยื่นหยัดอยู่ในแถวหน้าของวงการน้ำนมถั่วเหลืองมาเกินครึ่งศตวรรษ การได้รับรองมาตรฐานและรางวัลต่างๆ ล้วนเป็นเครื่องพิสูจน์ความสำเร็จของกรีนสปอตได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น รางวัล Thailand Energy Award ด้านอนุรักษ์พลังงาน โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน รางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น โดยกระทรวงพาณิชย์ รางวัล Thailand ICT Excellence Award ประเภทโครงการขับเคลื่อนธุรกิจ จากโครงการติดตั้งระบบสนับสนุนการบริหารงานขายศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าสมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย ร่วมกับ NECTEC สถานประกอบการกิจการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานประจำปี 2557 มอบโดยกระทรวงแรงงาน รวมถึงตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark ซึ่งมีความสำคัญ ทั้งสร้างความภาคภูมิใจแก่พนักงานทุกคน เป็นพลังขับเคลื่อนธุรกิจ เสริมความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ นำมาซึ่งความน่าเชื่อถือในระดับสากล

1. รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานประจำปี 2557 หน่วยงาน HR สถาบัน กระทรวงแรงงาน

2. รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานดีเด่นระดับประเทศ หน่วยงาน SAFETY สถาบัน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

3. รางวัลมาตรฐานโรงงานสีเขียว หน่วยงาน SAFETY สถาบัน กระทรวงอุตสาหกรรม

4. ประกาศนียบัตรบริษัทที่มีผลการดำเนินงานดีเด่น BEST PRACTICE ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ด้วยเทคนิค LEAN หน่วยงาน ผลิต สถาบัน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวง อุตสาหกรรม และสมาคมส่งเสริม เทคโนโลยี ไทย ญี่ปุ่น

5. THAILAND ENERGY AWARD ด้านอนุรักษ์พลังงาน หน่วยงาน ผลิตสถาบัน กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน

6. รางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น หน่วยงาน IB สถาบัน รัฐบาล

7. ZERO WASTE TO LANDFILL ACHIEVEMENT AWARD หน่วยงาน SAFETY สถาบัน กรมโรงงานอุตสาหกรรม

8. THAILAND ICT EXCELLENCE AWARD ประเภท โครงการขับเคลื่อนธุรกิจ จากโครงการติดตั้งระบบสนับสนุนการบริหารงานขายศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าหน่วยงาน ขายและการตลาดและ IT สถาบัน สมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย ร่วมกับ NECTEC

6. ผลลัพธ์และภาพประกอบ

บริษัท กรีนสปอต จำกัด ได้ปรับบรรจุกิจกรรมใหม่ด้วยการปรับลดรายบน บรรจุกิจกรรมให้มีรูปลักษณ์ และสีสันสะดุดตามากยิ่งขึ้น เช่น ไวตามิ้ลค์แชมป์สำหรับเด็ก ผสม ฟักทอง ซึ่งมีวิตามินเอที่ช่วยบำรุงสายตา และช่วยในการมองเห็น พร้อมเบต้า แคโรทีน ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย ก็นำก้านกล้วย คาแร็กเตอร์การ์ตูนก้านกล้วย ได้แก่ ก้านกล้วย และชบาแก้วมาเป็นลวดลายบนบรรจุกิจกรรม นอกเหนือไปจากลวดลาย "เป็นเพราะคาแร็กเตอร์ของ การ์ตูนก้านกล้วย ตรงกับบุคลิกและแนวคิดของแบรนด์ไวตามิ้ลค์ คือ กายพร้อม ใจพร้อม เราทำได้ ซึ่งก้านกล้วยเองก็มีคาแร็กเตอร์ที่ค่อนข้างมุ่งมั่น และจริงจัง เพื่อให้ไปถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไวตามิ้ลค์ทำมาโดยตลอด เป็นการสร้างความคุ้นเคยกับกลุ่มเป้าหมาย นี่เป็นตัวอย่างเบื้องต้นที่ทำไวตามิ้ลค์ทำการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพราะไวตามิ้ลค์ยังได้ทุ่มเทสร้าง Brand awareness ด้วยกิจกรรมต่างมากมาย เช่น กิจกรรมโรดโชว์ในโรงเรียน และ ห้างสรรพสินค้ากว่า 400 จุด รวมไปถึงการจัดรายการส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย และการจัดบูทขง ชิม เพื่อให้เกิดการตลาดดื่มสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้น เป็นการกระจายให้เกิดการรับรู้และรู้จักสินค้าได้ เป็นอย่างดี ซึ่งปัจจุบันไวตามิ้ลค์กำลังขยายตลาดไปยังต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย ลาว ไนจีเรีย ซึ่ง บริษัทก็ได้เข้าไปสร้าง Brand ทำให้เป็นที่รู้จักเช่นการสร้างหน้าโฆษณา หรือเข้าไป Tie in ในพื้นที่ ต่างๆ ในการเป็นสปอนเซอร์ เช่น กิจกรรมกีฬาหรือ Even ต่าง ๆ เช่นที่ลาวจัดกิจกรรมวิ่งหรือการ

แข่งขัน เป็นการสร้างการรับรู้ทำให้ผู้บริโภคถึง Brand ได้ทำให้เป็นที่รู้จักหรือนึกถึงได้ ไวดามิลค์มีการปรับปรุงและออกผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2541-2544 ตามรายละเอียดในตารางที่ 7 กลยุทธ์หลักที่ไวดามิลค์นำมาใช้ คือการแตก Sub Brand เพื่อเพิ่มฐานลูกค้า และเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หลากหลาย การเลือกวางกลยุทธ์ในรูปแบบนี้ก็เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับ Product Line ที่มีอยู่ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของไวดามิลค์จะเป็นทุกระดับ (All Cass) ที่มีฐานอายุค่อนข้างกว้าง คือ 5-60 ปี (ธรรมศักดิ์ จิตติมาพร.สัมภาษณ์) สำหรับไวดามิลค์ ยูเอชที ในอดีตจะมีการแตก Sub Brand โดยการเพิ่มความหลากหลายของรสชาติ แต่พอมาในช่วงปี 2541 ไวดามิลค์ได้ปรับกลยุทธ์มาใช้วิธีการแตก Sub Brand โดยใช้ขนาดของกล่องและคุณสมบัติเป็นเกณฑ์ในการแบ่งและขยายตลาด โดยเริ่มจากการเพิ่มขนาด 200 มิลลิลิตร สำหรับกลุ่มผู้หญิงที่รับประทานขนาด 250 มิลลิลิตรไม่หมด และกลุ่มเด็ก ต่อมา มีการเพิ่มขนาด 500 มิลลิลิตร ขึ้นอีก เนื่องจากในช่วงนั้นคู่แข่งในตลาดนมอื่นๆจะมีแต่ขนาด 750 มิลลิลิตร และ 1 ลิตร เท่านั้น มีเพียงแลตตาซอยที่เริ่มเข้ามาทำตลาด 500 มิลลิลิตร เช่นกัน จึงทำให้เป็นโอกาสดีที่ไวดามิลค์ ยูเอชที จะเข้าไปในช่องว่างของตลาดนั้น แต่ปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ในภายหลังจึงยกเลิกไป จากนั้นไวดามิลค์ ได้ออกสูตรเจ มาเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลกินเจ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดี แต่มีปัญหาคือว่า ไวดามิลค์ สูตรเจ ซึ่งก็พบว่าคุณสมบัติของไวดามิลค์ สูตรเจ ที่ไม่มีส่วนผสมของนมผงและมีน้ำตาลเพียง 5% จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ห่วงเรื่องสุขภาพและรูปร่าง ดังนั้นในปีต่อ ๆ มา บริษัท ฯ จึงพยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ และสื่อสารทางการตลาด ให้ผู้บริโภคเห็นถึงประโยชน์ในข้อนี้มากขึ้น

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2544 ภาพของไวดามิลค์ สูตรเจ จึงเริ่มเปลี่ยนเป็นไวดามิลค์ สูตรไม่ผสมนมผง ที่นอกจากจะมีกลุ่มเป้าหมายหลักสำหรับผู้ทานเจในเทศกาลเจแล้ว ในช่วงนอกเทศกาลจะเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิงทำงานยุคใหม่ที่ห่วงใย ใส่ใจในเรื่องสุขภาพและรูปร่าง ไวดามิลค์ สูตรเจ จึงไม่เป็น Seasonal Product อีกต่อไป (สุรัช ชยดี.สัมภาษณ์) ในปี พ.ศ. 2543 ไวดามิลค์ ยูเอชที ได้เพิ่ม Sub Brand อีก 2 ตัว คือ ไวดามิลค์ ไอแอนท์ ในกล่องทรง Wedge ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แรกในตลาดนมที่นำกล่องรูปทรงนี้มาใช้ไวดามิลค์ ไอแอนท์ มีขนาด 200 มิลลิลิตร ซึ่งโดยรสชาติไม่แตกต่างจากไวตสมิลค์ 200 มิลลิลิตรในปัจจุบัน แต่ความแตกต่าง คือเรื่องของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อมุ่งกลับเป้าหมายเด็กอายุ 6-10 ปี โดยเฉพาะ เพราะบริษัทฯ ต้องการให้ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นของตนเอง ในขณะที่ไวดามิลค์ ไอแอนท์แล้ว Sub

Brand อีกตัว คือ ไวตามิลค์ ทรงสลิม ขนาด 1 ลิตร ที่ออกมาเพราะเราเริ่มมองในภาพกว้างที่ผู้บริโภคเป็นกลุ่มครอบครัว ไวตามิลค์ 1 ลิตร จะเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับครอบครัวที่ดื่มเป็นประจำ ข้อดีไวตามิลค์ ขนาด 1 ลิตร คือ ความคุ้มค่าในเรื่องราคา กล่าวคือ เมื่อคิดเป็นค่าเฉลี่ยแล้ว ไวตามิลค์ ขนาด 1 ลิตร มีปริมาณเท่ากับการซื้อ ไวตามิลค์ ขนาด 250 มิลลิลิตร จำนวน 4 กล่อง ซึ่งปกติกล่องละ 10 บาท เท่ากับการบริโภค 1 ลิตร ผู้บริโภคจะต้องเสียค่าใช้จ่ายถึง 40 บาท แต่หากผู้บริโภคซื้อเป็นกล่องไวตามิลค์ขนาด 1 ลิตร ซึ่งราคาเพียง 25 บาท ผู้บริโภคจะประหยัดค่าใช้จ่ายถึง 15 บาท นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังได้รับความสะดวกสบายในการบริโภค และสามารถเก็บรักษาได้นาน เพราะก่อนที่จะออกผลิตภัณฑ์นี้ บริษัทฯ ได้ศึกษาถึงปัญหาของกลุ่มในตลาดนมที่มีขนาด 750 มิลลิลิตร 1 ลิตร พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการใช้งานไม่สะดวก เนื่องจากเวลาเทจะหก เลอะเทอะ นอกจากนี้เมื่อเปิดแล้วก็เก็บไว้ได้ไม่นาน บริษัทฯ จึงได้นำปัญหานี้ไปปรับปรุงและได้เทคโนโลยีใหม่ล่าสุด คือ ฝาปิดแบบ Recap และ Pull Tap System ซึ่งจะทำให้ไม่หกเลอะเทอะเวลารินใส่แก้ว และยังสามารถเก็บได้หลังจากเปิดนานถึง 7 วัน นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2544 ไวตามิลค์ ยูเอชที

ไวตามิลค์ ทุโก นำนมถั่วเหลืองสูตรออริจินัล ขนาด 300 มล.



ภาพที่ 2.7 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ ทุโก สูตร ออริจินัล ขนาด 300 มล.

คุณประโยชน์

ให้คุณค่าโปรตีนคุณภาพจากถั่วเหลืองเต็มเมล็ด พร้อมด้วยโอเมก้า 3,6,9 และวิตามินบี 12 มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง มีโอเมก้า 3,6,9 และวิตามินบี12 ที่มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิ้ลค์ น้ำนมถั่วเหลืองสูตรออริจินัล ยูเอชที 1000 มล.



ภาพที่ 2.8 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ ยูเอชที สูตร ออริจินัล ขนาด 200 มล.

คุณสมบัติ

ให้คุณค่าโปรตีนคุณภาพจากถั่วเหลืองเต็มเมล็ด พร้อมด้วยโอเมก้า 3,6,9 และวิตามินบี 12 มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง มีโอเมก้า 3,6,9 และวิตามินบี12 ที่มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิ้ลค์ น้ำนมถั่วเหลืองสูตรออริจินัล ยูเอชที 250 มล.



ภาพที่ 2.9 มาผลิตกันที่ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ ยูเอชที สูตร ออริจินัล ขนาด 250 มล.

คุณประโยชน์

ให้คุณค่าโปรตีนคุณภาพจากถั่วเหลืองเต็มเมล็ด พร้อมด้วยโอเมก้า 3,6,9 และวิตามินบี 12 มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง มีโอเมก้า 3,6,9 และวิตามินบี 12 ที่มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิ้ลค์ นำนมถั่วเหลืองสูตรออริจินัล ยูเอชที 200 มล.



ภาพที่ 2.10 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

นํานมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ ยูเอชที สูตร ออริจินัล ขนาด 200 มล.

คุณประโยชน์

ให้คุณค่าโปรตีนคุณภาพจากถั่วเหลืองเต็มเมล็ด พร้อมด้วยโอเมก้า 369 และวิตามินบี 12 มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง มีโอเมก้า 3,6,9 และวิตามินบี12 ที่มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิลค์ ทุโก สูตรกลมกล่อม (Smooth & Milky) ขนาด 300 มล.



ภาพที่ 2.11 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ ทุโก สูตร ออริจินัล ขนาด 300 มล.

คุณสมบัติ

รสชาติ อร่อย กลมกล่อม นุ่มละมุน หอมกลิ่นนม น้ำตาลน้อยกว่า 6 กรัม / 100 มล. ผ่านเกณฑ์ เครื่องดื่มทางเลือกสุขภาพ จากมูลนิธิส่งเสริมโภชนาการฯ สถาบัน โภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล มี Pro-Vita14 ซึ่งเป็นแหล่งของโปรตีนธรรมชาติและสารอาหารรวม 14 ชนิด

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิ้ลค์ ยูเอชที สูตรกลมกล่อม (Smooth & Milky) ขนาด 300 มล.



ภาพที่ 2.12 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ ยูเอชที สูตร ออริจินัล ขนาด 300 มล.

คุณสมบัติ

รสชาติ อร่อย กลมกล่อม นุ่มละมุน หอมกลิ่นนม น้ำตาลน้อยกว่า 6 กรัม / 100 มล. ผ่านเกณฑ์ เครื่องดื่มทางเลือกสุขภาพ จากมูลนิธิส่งเสริมโภชนาการฯ สถาบัน

โภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล มี Pro-Vita14 ซึ่งเป็นแหล่งของโปรตีนธรรมชาติและสารอาหารรวม 14 ชนิด

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิลค์ ยูเอชที สูตรกลมกล่อม (Smooth & Milky) ขนาด 125 มล.



ภาพที่ 2.13 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

นมถั่วเหลืองไวตามิลค์ ยูเอชที สูตร ออริจินัล ขนาด 125 มล.

คุณสมบัติ

รสชาติ อร่อย กลมกล่อม นุ่มละมุน หอมกลิ่นนม น้ำตาลน้อยกว่า 6 กรัม / 100 มล. ผ่านเกณฑ์ เครื่องดื่มทางเลือกสุขภาพ จากมูลนิธิส่งเสริมโภชนาการฯ สถาบัน โภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล มี Pro-Vita14 ซึ่งเป็นแหล่งของโปรตีนธรรมชาติและสารอาหาร รวม 14 ชนิด

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิ้ลค์ ยูเอชที สูตรโลว์ ซูการ์ ขนาด 250 มล.



ภาพที่ 2.14 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

นํ้านมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ สูตรโลว์ ซูการ์ ขนาด 250 มล.

คุณประโยชน์

มีโอเมก้า 3,6,9 และวิตามินบี12 ที่มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง น้ำตาลน้อยลงจากสูตรปกติ 44% โปรตีนจากถั่วเหลืองทั้งเมล็ด เป็นแหล่งโปรตีนธรรมชาติ

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิ้ลค์ ยูเอชที สูตรโลว์ ซูการ์ ขนาด 125 มล.



ภาพที่ 2.15 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

นํ้านมถั่วเหลืองไวตามินัล สุตรโลว์ ซูการ์ ขนาด 125 มล.

คุณประโยชน์

มีโอเมก้า 3,6,9 และวิตามินบี12 ที่มีส่วนช่วยในระบบประสาทและสมอง
น้ำตาลน้อยลงจากสูตรปกติ 44% โปรตีนจากถั่วเหลืองทั้งเมล็ด เป็นแหล่งโปรตีนธรรมชาติ

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามินัล ยูเอชที สูตรเจ ขนาด 125 มล.



ภาพที่ 2.16 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามินัล ยูเอชที สูตรเจ ขนาด 250 มล.

คุณประโยชน์

โปรตีนจากถั่วเหลืองสูงด้วยวิตามิน บี12, ซี และอี

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามินัล ทุโก ดับเบิลแบล็ค สูตรรังกาและข้าวสาลี ขนาด 300 มล.



ภาพที่ 2.17 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

นํ้านมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ ทุโก ดับเบิลแบล็ค สูตรงาดำและข้าวสาลี
ขนาด 300 มล.

คุณประโยชน์

ไม่ใช่แค่งาดำ แต่ได้คุณประโยชน์แบบดับเบิลจากงาดำ และข้าวสาลี มี
ค่าประสิทธิภาพ การต่อต้านอนุมูลอิสระ 2 เท่า (เทียบกับสูตรเดิม) ดื่มแล้วดูดีแบบดับเบิล
(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิ้ลค์ ยูเอชที ดับเบิลแบล็ค สูตรงาดำและข้าวสาลี ขนาด 330 มล.



ภาพที่ 2.18 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามิลค์ ยูเอชที ดับเบิลแบล็ค สูตรงาดำและข้าวสาลี
ขนาด 330 มล.

คุณประโยชน์

ไม่ใช่แค่งาดำ แต่ได้คุณประโยชน์แบบดับเบิลจากงาดำ และข้าวสาลี มี
ค่าประสิทธิภาพ การต่อต้านอนุมูลอิสระ 2 เท่า (เทียบกับสูตรเดิม) ดื่มแล้วดูดีแบบดับเบิล
(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิลค์ ยูเอชที ดับเบิลแบล็ค สูตรงาดำและข้าวสาลี ขนาด 180 มล.



ภาพที่ 2.19 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามิลค์ ยูเอชที ดับเบิลแบล็ค สูตรงาดำและข้าวสาลี
ขนาด 180 มล.

คุณประโยชน์

ไม่ใช่แค่งาดำ แต่ได้คุณประโยชน์แบบดับเบิลจากงาดำ และข้าวสาลี มี
ค่าประสิทธิภาพ การต่อต้านอนุมูลอิสระ 2 เท่า (เทียบกับสูตรเดิม) ดื่มแล้วดูดีแบบดับเบิล
(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิลค์ ยูเอชที ดับเบิลแบล็ค สูตรงาดำและข้าวสาลี ขนาด 110 มล.



ภาพที่ 2.20 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามินัลค์ ยูเอชที ดับเบิลแบล็ค สูตรงาดำและข้าวสาลี
ขนาด 110 มล.

คุณประโยชน์

ไม่ใช่แค่งาดำ แต่ได้คุณประโยชน์แบบดับเบิลจากงาดำ และข้าวสาลี มี
ค่าประสิทธิภาพ การต่อต้านอนุมูลอิสระ 2 เท่า (เทียบกับสูตรเดิม) ดื่มแล้วดูดีแบบดับเบิล
(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามินัลค์ ทูโก สูตรข้าวบาร์เลย์และมอลต์ขนาด 300 มล.



ภาพที่ 2.21 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามิลค์ ทุโก สูตรข้าวบาร์เลย์และมอลต์ขนาด 300 มล.

คุณประโยชน์

มีวิตามินบี 12 ช่วยในการทำงานของระบบประสาทและสมอง อุดมด้วย 7 คุณค่าวิตามินช่วยบำรุงสมอง ได้แก่ วิตามินบี 1 วิตามินบี 12 แมกนีเซียม ไอโอดีน โอมะก้า 3,6,9 (ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามิลค์ ยูเอชที สูตรข้าวบาร์เลย์และมอลต์ขนาด 300 มล.



ภาพที่ 2.22 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

นํ้านมถั่วเหลืองไวตามินล์ ยูเอชทีสูตรข้าวบาร์เลย์และมอลต์ขนาด 300 มล.

คุณประโยชน์

มีวิตามินบี 12 ช่วยในการทำงานของระบบประสาทและสมอง อุดมด้วย 7 คุณค่าวิตามินช่วยบำรุงสมอง ได้แก่ วิตามินบี 1 วิตามินบี 12 แมกนีเซียมไอโอดีน โอมะก้า 3,6,9

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

ไวตามินล์ ทูโก สูตรข้าวบาร์เลย์และมอลต์ขนาด 180 มล.



ภาพที่ 2.22 ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท กรีนสปอต จำกัด

รายละเอียดสินค้า

น้ำนมถั่วเหลืองไวตามินัลค้ ทุโก สูตรข้าวบาร์เลย์และมอลต์ขนาด 180 มล.

คุณประโยชน์

มีวิตามินบี 12 ช่วยในการทำงานของระบบประสาทและสมอง อุดมด้วย 7
คุณค่าวิตามินช่วยบำรุงสมอง ได้แก่ วิตามินบี 1 วิตามินบี 12 แมกนีเซียม ไอโอดีน โอมะก้า 3,6,9

(ที่มา: <https://www.greenspot.co.th/contact>)

บทที่ 3

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในกรณีศึกษา เรื่อง การศึกษากระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกา บริษัท กรีนสปอต จำกัด คณะผู้จัดทำได้ศึกษากำหนดกรอบแนวคิดและแนวทางในการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการส่งออก
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับพิธีการศุลกากร
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับประกันภัย
4. ลักษณะประเทศแอฟริกา
5. นิยามคำศัพท์

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการส่งออก

การส่งออก (อังกฤษ: export) หมายถึง การจัดส่งสินค้าและบริการจากต้นทางสู่ปลายทาง+ปลายทางในทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ โดยผู้ส่งสินค้าหรือบริการออกเรียกว่า "ผู้ส่งออก" ส่วนในทางการค้าระหว่างประเทศ การส่งออกหมายถึง การขายสินค้าและบริการในประเทศไปสู่ตลาดอื่น (ตลาดสากล) ในการส่งออกและนำเข้าซึ่งสินค้าจะต้องมีหน่วยงานที่ต้องเกี่ยวข้องด้วยคือ กรมศุลกากร แม้ว่าจะเป็นการนำเข้าหรือส่งออกผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตเองก็จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับกรมศุลกากรด้วย และที่สำคัญต้องอยู่ภายใต้กฎหมายการนำเข้าและส่งออกของประเทศนั้น ๆ

ขั้นตอนการส่งออกสินค้า (EXPORT)

การเตรียมพร้อมในการประกอบธุรกิจการส่งออกการประกอบธุรกิจส่งออก มีสิ่งที่สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเบื้องต้น 6 ประการ ได้แก่ ความพร้อมของผู้ส่งออก สินค้า ตลาด การทำสัญญา การชำระเงิน และพิธีการส่งออกโดยผู้ประกอบการที่จะเข้าสู่ธุรกิจส่งออกควรพิจารณาที่ตลาดหรือสินค้านั้นก่อน ส่วนผู้ส่งออกที่เป็นผู้ผลิตและมีสินค้าพร้อมอยู่แล้วก็จะพิจารณาในส่วนของการมุ่งหาตลาดที่เหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตโดยไม่ต้องพิจารณาเลือกสินค้าอีก แล้วจึงมาพิจารณาเกี่ยวกับการทำสัญญา การชำระเงิน และพิธีการทางศุลกากร

1. การจัดการ ผู้ส่งออกจะต้องมีความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกในด้านต่าง ๆ

1.1 ด้านเงินทุน โดยพิจารณาว่าต้นทุนของเงินทุนที่ธุรกิจใช้อยู่สูงมากน้อยเพียงไร สามารถแบกภาระได้มากน้อยแค่ไหน

1.2 ด้านสถานที่ดำเนินการ เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับสำนักงานเครื่องมือ อุปกรณ์ตลอดจนการกำหนดแนวทางว่าจะดำเนินธุรกิจประเภทใด คือเป็นการกำหนดประเภทและเป้าหมายของกิจการให้ชัดเจน

1.3 ด้านบุคลากรกิจการต้องมีพนักงานที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่ง และมีจำนวนที่เพียงพอกับปริมาณของงาน

1.4 การสร้างความเชื่อถือ และทำความรู้จักลูกค้า นับว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากประเด็นหนึ่ง เพราะการดำเนินธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้จัก และความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศเพราะการที่ผู้ซื้อเชื่อถือในกิจการแล้ว ความร่วมมือกันในการทำธุรกิจก็จะดีขึ้นด้วย

1.5 ประเมินกำลังผลิต และความสามารถในการส่งออกควรจะพิจารณาสินค้าก่อน ประเมินว่าสินค้าใดเป็นสินค้าที่กิจการสามารถส่งออกได้ โดยประเมินกำลังการผลิตโดยรวมของกิจการ หากเกิดการสั่งซื้อที่มากกว่ากำลังผลิตแล้ว ไม่สามารถผลิตได้ หรืออาจผลิตได้แต่คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ก็จะทำให้เกิดปัญหากับลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิเสธการยอมรับของลูกค้าได้

2. การเลือกสินค้าและการผลิต

2.1 ผู้ส่งออกมีความสนใจสินค้าชนิดใดเป็นพิเศษหรือไม่ในการเลือกสินค้าของผู้ส่งออกรายใหม่ควรทดลองกับสินค้าที่ไม่มากชนิดก่อน โดยพยายามเน้นและศึกษาถึงเรื่องต่างๆ ของสินค้า ทั้งในด้านกฎระเบียบข้อจำกัด การกำหนดโควตา หรือการคุ้มครองในประเทศผู้นำเข้าให้ละเอียดก่อน

2.2 สินค้านั้นสามารถผลิตเองได้ หรือต้องซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น หรือเป็นการจ้างผลิต ถ้าเป็นการจ้างผลิต ผู้ส่งออกต้องรู้แหล่งผลิต และอาจจะกระจายการผลิตไปยังผู้ผลิตหลายราย เพื่อว่าถ้ามีคำสั่งซื้อเข้ามาจากผู้ผลิตรายเดียวอาจไม่สามารถผลิตได้ทัน ขณะเดียวกันจะเป็นการเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตได้อีกทางหนึ่งด้วย

2.3 ผู้ส่งออกต้องรู้สภาพปัญหาการผลิต การจัดจำหน่าย และการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย พิธีการและเอกสารที่ใช้ในการส่งออก เพราะสินค้าแต่ละชนิดจะมีข้อกำหนดและการควบคุมที่แตกต่างกัน

2.4 ผู้ส่งออกควรเข้าใจในหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาเพื่อการส่งออกในการส่งออกต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่าย และภาวะการแข่งขันในตลาดด้วย แต่โดยปกติแล้วราคาเพื่อส่งออกจะต่ำกว่าราคาที่ขายในประเทศ เพราะเป็นการขายในปริมาณมากถ้าไร โดยรวมก็จะมากขึ้น ขณะเดียวกันก็จะได้สิทธิพิเศษจากรัฐด้วย เช่น การยกเว้นภาษีการค้า ซึ่งสามารถนำมาหักจากต้นทุนสินค้าได้ และการเสนอราคาในการส่งออกส่วนใหญ่จะคิดเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ และต้องระบุเงื่อนไขหรือ Term ของการเสนอราคา (Quotation Term หรือ Inco Term) ด้วยทุกครั้ง วิธีที่

นิยมใช้ ได้แก่ F.O.B (Free on Board) เป็นราคาที่รวมค่าใช้จ่ายทุกชนิดจนถึงสินค้าขึ้นเรือ หรือเครื่องบิน แต่ไม่รวมค่าระวาง และค่าประกันสินค้า โดยค่าใช้จ่าย 2 ประเภทหลัง ผู้ซื้อจะต้องเป็นผู้ออกเอง CFR หรือ CNF (Cost and Freight) คือราคา F.O.B. บวกด้วยค่าระวางถึงเมืองปลายทาง CIF (Cost, Insurance and Freight) คือราคา CFR รวมค่าพรีเมียมการประกันสินค้า

2.5 ผู้ส่งออกควรมีมาตรการในการควบคุมคุณภาพสินค้า ผู้ส่งออกจะต้องควบคุมสินค้าให้มีความสม่ำเสมอในด้านคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อ และเป็นที่ยอมรับของตลาด

2.6 ผู้ส่งออกต้องมีความพร้อมในการออกแบบสินค้า หรือปรับปรุงสินค้าให้เหมาะสมกับผู้ซื้อเนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละตลาดย่อมมีรสนิยมและความต้องการที่แตกต่างกัน การพัฒนาการออกแบบสินค้า จะช่วยให้สามารถปรับให้สินค้ามีความเหมาะสมกับตลาดได้ซึ่งจะทำให้สามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น

3. การเลือกตลาดการเลือกตลาดสามารถทำได้ 2 วิธีคือ

3.1 การวิจัยจากข้อมูลทุติยภูมิ (Desk Research) เป็นการวิจัยที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ แต่ข้อมูลที่ได้อาจจะไม่ลึก เพราะเป็นการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแหล่งต่างๆ เช่น สำนักงานที่ปรึกษาการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สภาหอการค้า สำนักงาน ESCAP ฯลฯ โดยวิธีการทำ Desk Research พิจารณาได้จาก ข้อมูลทางสถิติของการนำเข้าส่งออกย้อนหลัง 3-5 ปี เพื่อให้การวิเคราะห์ตัวเลขเกิดความเชื่อมั่นได้ ข้อมูลที่ใช้ได้แก่จำนวนประชากร (Population Size) เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการเลือกตลาดสินค้า โดยใช้ในการประเมินความต้องการของตลาด แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาพร้อมกับอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ของประชากรในประเทศนั้นๆ ด้วย ภาวะการแข่งขันในตลาดเป้าหมายพิจารณาว่าประเทศใดมีส่วนทางการตลาดในประเทศนั้นมากน้อยเพียงไรเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันในตลาดนั้นๆ เพราะข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเปรียบเทียบหาข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของประเทศนั้นๆ แล้วนำมาปรับในกลยุทธ์ในการแข่งขันของเราได้ กระบวนการนำเข้าของตลาดเป้าหมายพิจารณาว่ามีข้อจำกัด หรือกระเปาะบิวด์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จะส่งออก เพื่อจะได้เตรียมเอกสารให้ถูกต้อง และครบถ้วน จะได้ไม่เกิดปัญหาในการนำสินค้าเข้าประเทศนั้นๆ

3.2 การวิจัยโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Field Research) เป็นการทำวิจัยในภาคสนามต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง เป็นการใช้ข้อมูลในลักษณะปฐมภูมิ (Primary Data) การทำวิจัยวิธีนี้ผู้ทำจะต้องมีประสบการณ์และความรู้ทางการตลาดเป็นอย่างดีโดยมีวิธีการทำดังนี้

- เดินทางไปศึกษาตลาดด้วยตนเองวิธีนี้จะมีค่าใช้จ่ายสูงมาก แต่โอกาสที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้องจะมีอยู่มาก เพราะจะได้เห็นถึงสภาพตลาดที่แท้จริง ความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคในตลาด ตลอดจนจะมีโอกาสได้ติดต่อโดยตรงกับผู้นำเข้าอีกด้วย

- ติดต่อขอข้อมูลจากสำนักงานพาณิชย์ไทยในต่างประเทศอาจไม่ได้ผลดีเท่ากับวิธีแรก จะได้เพียงข้อมูลเบื้องต้นไม่ละเอียด แต่ค่าใช้จ่ายก็จะต่ำกว่า

4. การทำสัญญาซื้อขาย (Sale Contract) เมื่อมีการเสนอราคาและตกลงกันเรียบร้อยแล้ว ก็จะถึงขั้นตอนการนำสัญญาซื้อขาย โดยผู้ซื้อและผู้ขาย หรือโดยตัวแทนของทั้ง 2 ฝ่าย ซึ่งโดยปกติจะมีขั้นตอนดังนี้

- Proforma Invoice เป็นเอกสารที่ผู้ขายส่งให้ผู้ซื้อเพื่อเป็นการเสนอ หรือยืนยันการเสนอราคาและเงื่อนไขต่างๆ ในการขายสินค้านั้นๆ

- Purchase Order เมื่อผู้ซื้อตกลงตามราคา และเงื่อนไขใน Proforma Invoice แล้วจะส่งหนังสือการสั่งซื้อ (Purchase Order) มาให้ผู้ขายเพื่อเป็นการตอบรับและสั่งซื้อสินค้าตามราคา และเงื่อนไขดังกล่าว

- Sale Confirmation เป็นสัญญาการซื้อขาย ซึ่งผู้ขายส่งให้แก่ผู้ซื้อเพื่อเป็นการยืนยัน หรือตอบรับการสั่งซื้อนั้นอีก (ซึ่งในทางปฏิบัติบางครั้งอาจจะไม่จำเป็นก็ได้)

5. การชำระเงิน (Term of Payment) การชำระเงินมีความสำคัญมากในการส่งออก เนื่องจากไม่ใช่เป็นการขายภายในประเทศ ที่ลูกค้าจะสามารถเลือกดูสินค้า และส่งสินค้าได้ทันทีทั้งผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ห่างไกลกันมาก หากเกิดปัญหาสินค้าไม่ตรงตามคุณภาพที่ต้องการ หรือมีปัญหาเรื่องการชำระเงินแล้ว จะมีความยุ่งยากมากในการติดตาม สำหรับการชำระเงินที่ปฏิบัติกันในปัจจุบัน มีดังนี้

- การจ่ายเงินล่วงหน้า (Cash or Advance Payment) วิธีนี้ผู้ซื้อจะส่งเงิน (Bank Draft หรือการโอนเข้าบัญชีผู้ขาย) ให้แก่ผู้ขายไปก่อน เมื่อผู้ขายได้รับเงินแล้วจึงจะส่งสินค้ามาให้ผู้ซื้อวิธีนี้ผู้ซื้อค่อนข้างจะเสียเปรียบมากหากไม่คุ้นเคยหรือรู้จักผู้ขายเป็นอย่างดี

- การจ่ายเงินเชื่อ (Open Account) วิธีนี้จะตรงกันข้ามกับวิธีแรก คือผู้ขายจะส่งสินค้ามาให้ผู้ซื้อก่อนและได้รับชำระเงินจากผู้ซื้อภายหลัง ซึ่งอาจจะมีการตกลงกันว่าภายในกี่วัน เช่น 30 หรือ 60 วัน ซึ่งผู้ขายจะเป็นผู้เสียเปรียบ

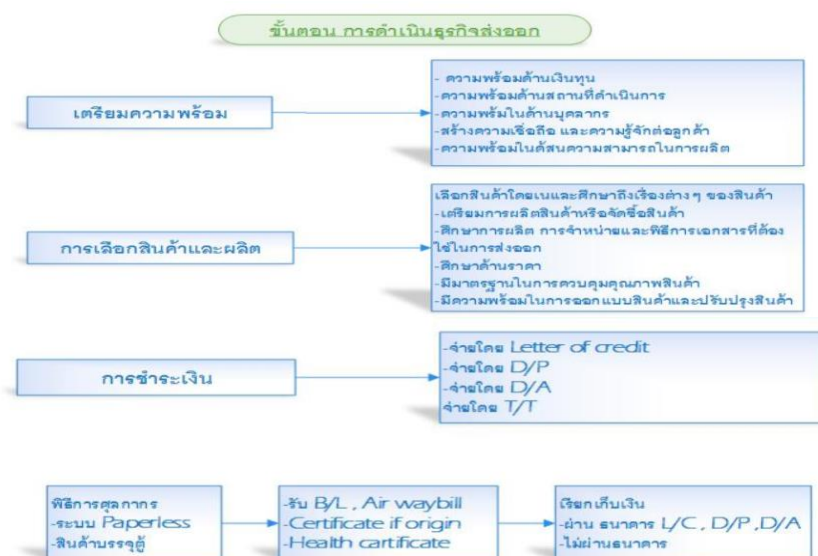
- Consignment เป็นการชำระเงินเมื่อผู้ซื้อสามารถขายสินค้านั้นได้แล้วหรือเรียกว่าการขายฝาก ซึ่งถ้าผู้ซื้อเอาสินค้าไปแล้วและยังขายต่อไม่ได้ ก็ยังไม่ต้องจ่ายเงินให้แก่ผู้ขาย

- Documents Against Payment (D/P) เป็นการชำระเงินก่อนนำเอกสารไปออกสินค้า วิธีนี้ผู้ขายจะส่งเอกสารที่ใช้ในการออกสินค้าไปให้แก่ธนาคารในประเทศของผู้ซื้อเมื่อผู้ซื้อมาจ่ายเงินค่าสินค้าที่ธนาคารแล้ว จึงสามารถเอาเอกสารนั้นไปออกสินค้าได้ ซึ่งมีทั้งการจ่ายเงินทันที (At Sight) หรือจ่ายภายหลัง (Term 30, 60 หรือ 90 วัน)

- Documents Against Acceptance (D/A) เป็นการจ่ายเงินโดยผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงิน แล้วนำเอกสารไปออกสินค้า วิธีนี้คล้ายกับวิธี D/P คือเอกสารทั้งหมดจะส่งให้แก่ธนาคารในประเทศของผู้ซื้อแต่ผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงินแล้วนำเอกสารไปออกสินค้าได้เลย โดยยังไม่ต้องจ่ายเงินและก็จะสามารถไม่จ่ายเงิน ภายหลังก็ได้

- Letter of Credit (L/C) วิธีนี้เป็นวิธีที่ดีและเหมาะสมมาก ไม่มีการเสี่ยงทั้งผู้ซื้อและผู้ขายโดยเมื่อมีการตกลงซื้อขายกันแล้ว ผู้ซื้อจะเปิด L/C นี้ โดยธนาคารของผู้ซื้อมายังผู้ขายโดยผ่านธนาคารของผู้ขาย โดยจะระบุเงื่อนไขต่างๆ ใน L/C นั้นและเมื่อผู้ขายได้จัดส่งสินค้าถูกต้องตามเงื่อนไขใน L/C ให้แก่ผู้ซื้อแล้วก็สามารถนำเอกสารในการส่งออกไปขึ้นเงินกับธนาคารของผู้ขายได้ การตกลงใช้วิธีการชำระเงินต่างๆ เหล่านี้ ขึ้นกับความเชื่อถือรู้จักกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย หรือในบางกรณีขึ้นกับว่าความต้องการจะขายหรือซื้อสินค้าน้อยแค่ไหน เช่น ถ้าผู้ซื้อต้องการสินค้าชนิดนี้มากหรือหาซื้อไม่ได้ง่ายนัก ก็อาจจะยอมจ่ายเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ขายก่อนก็ได้ ซึ่งแต่ละวิธีก็มีความได้เปรียบเสียเปรียบหรือความเสี่ยงมากน้อยไม่เท่ากัน แต่วิธีที่นิยมใช้กันมากในการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ซื้อและผู้ขายเพิ่งจะรู้จักกันก็คือ การเปิด L/C

6. พิธีการส่งออก เป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการส่งออกสินค้า แต่ก็เป็นขั้นตอนที่มีความซับซ้อนมากขั้นตอนหนึ่ง แต่ถ้าได้มีการศึกษาและเตรียมพร้อมล่วงหน้าแล้วก็จะไม่มีความยุ่งยาก เพราะรัฐบาลเองก็ส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศอยู่แล้วจึงได้พยายามลดขั้นตอนหรืออุปสรรคต่างๆ ลงเพื่อช่วยให้ผู้ส่งออกเกิดความสะดวกรวดเร็วในการจะส่งออกสินค้าโดยปกติแล้วการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดโดยเฉพาะสินค้าที่มีการควบคุม ก็จะมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการควบคุมสินค้านั้นโดยตรง ซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานเดียวหรือหลายหน่วยงานก็ได้



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจส่งออก

การขนส่งสินค้าทางทะเล (Sea Freight)

การขนส่งสินค้าทางทะเล เป็นส่วนประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งของ ระบบการค้าระหว่างประเทศ ทั้งในอดีตปัจจุบัน และในอนาคต เพราะเป็นเพียงการขนส่งชนิดเดียวที่ขนส่งสินค้าได้คราวละมากๆและค่าระวางมีราคาถูกกว่าการขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ การขนส่งสินค้าทั้งขาเข้าและขาออกของไทยเป็นการขนส่งทางทะเลเป็นส่วนใหญ่ดังนั้นการขนส่งสินค้าทางทะเลจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันทางการค้าในตลาดโลก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออกสินค้าจึงควรจะศึกษาและทำความเข้าใจในองค์ประกอบต่างๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าทางทะเล ดังนี้คือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าทางทะเล ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าทางทะเล ได้แก่

- เจ้าของเรือ (Ship Owner)
- ผู้เช่าเรือ (Ship Charterer)
- ตัวแทนสายเดินเรือ และตัวแทนผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

(Shipping Agent & Freight Forwarder)

- ผู้ส่งสินค้า (Shipper or Exporter)
- ผู้รับตราส่ง (Consignee)
- ผู้รับสินค้า (Notify Party)

บทบาทและหน้าที่ของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล มีดังนี้

A. ตัวแทนสายเดินเรือ (Ship Agent) ตัวแทนสายเดินเรือคือผู้รับมอบอำนาจจากเจ้าของเรือให้เป็น ผู้ดำเนินการแทนเจ้าของเรือ ณ เมืองท่าต้นทางและเมืองท่าปลายทาง ตัวแทนสายเดินเรือมีหน้าที่โดยทั่วไป ดังต่อไปนี้

- จัดหาระวางบรรทุกให้แก่ผู้นำเข้าและผู้ส่งออก
- ออกใบตราส่งสินค้าให้แก่ผู้ส่งออก
- ออกใบส่งปล่อยสินค้าให้แก่ผู้นำเข้า

B. Freight Forwarder คือ ตัวแทนผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ Freight Forwarderอาจทำหน้าที่หลายอย่าง เช่น บางรายทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจัดหาและจัดการขนส่งสินค้าของผู้ส่งออกไปยังเมืองท่าปลายทางบางรายทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ส่งสินค้ากับผู้รับขนส่งสินค้า บางรายอาจทำหน้าที่เป็นผู้ขนส่งสินค้าโดยตรง ซึ่งอาจจะเป็น

ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าหลายรูปแบบ (Multimodal Transport Operator) หรือผู้ให้บริการที่ไม่ใช่เจ้าของเรือ (Non-Vessel Operating Common Carrier (NVOCC) Freight มี 2 ประเภท ได้แก่

1. Sea Freight Forwarder

2. Air Freight Forwarder

ตารางเดินเรือ (Shipping Schedule) ตารางเดินเรือมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการนำเข้าและส่งออก เพราะมีผลโดยตรงต่อการส่งมอบสินค้า ดังนั้นผู้นำเข้าและผู้ส่งออกจึงจำเป็นต้องทราบตารางเดินเรือเพื่อที่จะกำหนดระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้าให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าหรือให้ทันต่อความต้องการของสายการผลิตในกรณีที่เป็นการนำเข้า หรือกำหนดระยะเวลาในการผลิตหรือรวบรวมสินค้าเพื่อให้ทันต่อเที่ยวเรือที่จะส่งออกก่อนที่ L/C หรือคำสั่งซื้อจะหมดอายุ

(ที่มา: <http://www.goodfreight-th.com/>)

ความสำคัญของการส่งออก

ธุรกิจภาคการส่งออกของไทยในช่วงที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวที่สูงและรวดเร็วมาก ซึ่งเป็นกลไกสำคัญหนึ่งที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูง นับว่าเป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการเองและประเทศชาติ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยเราเป็นจำนวนมากในปีหนึ่ง ๆ และรายได้เหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมาใช้พัฒนาและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจการส่งออกของไทยประสบความสำเร็จ และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้ จึงจำเป็นต้องเรียนรู้ขั้นตอนและกระบวนการปฏิบัติต่าง ๆ ในการส่งออกสินค้าให้ดีเสียก่อนเนื่องจากขั้นตอนการส่งออกสินค้า เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกจะต้องทำความเข้าใจและศึกษาข้อปฏิบัติให้ถูกต้อง เพื่อให้การประกอบธุรกิจส่งออกเป็นไปอย่างสะดวกและได้รับผลสำเร็จคุ้มค่ากับความตั้งใจในการลงทุน

ความสำคัญของภาคการส่งออกสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ผลักดันในด้านการขยายการลงทุน และสร้างความต้องการแรงงานการส่งออกที่ขยายตัวขึ้นย่อมทำให้ผู้ผลิตต้องขยายการผลิตหรือมีการลงทุนเพิ่มขึ้น และโดยส่วนใหญ่แล้วระบบการผลิตของไทยก็เป็นระบบการผลิตที่ใช้แรงงานในสัดส่วนที่มากกว่าเครื่องจักร (Labour Intensive) ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความต้องการแรงงานเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการ

ช่วยในการสร้างความต้องการแรงงานให้แก่ประเทศที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีผลต่อการช่วยยกระดับรายได้ของแรงงานด้วยอีกส่วนหนึ่ง

2. ช่วยในการนำเข้าเงินตราต่างประเทศ

ช่วยในด้านการลดการขาดดุลการค้า และดุลการชำระเงิน เพราะในการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นการใช้สกุลเงินต่างประเทศในการชำระค่าสินค้า และส่วนมากก็จะเป็นสกุลเงินหลักๆ ที่เป็นที่ยอมรับกันในตลาดโลก เช่น ดอลลาร์สหรัฐฯ มาร์กเยอรมัน หรือเยน เมื่อส่งสินค้าออกไปแล้วก็จะทำให้ได้เงินตราต่างประเทศเข้ามา และเมื่อจะต้องนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศก็จะทำให้มีเงินไปชำระค่าสินค้านั้นได้ และเงินตราต่างประเทศที่ได้ก็จะมีส่วนต่อปริมาณเงินสำรองของประเทศอีกด้วย

3. ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการส่งสินค้าออกนั้นส่วนหนึ่งเป็นเพราะระดับราคาของสินค้าที่ส่งออกส่วนมากอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น จึงทำให้สินค้านั้นเข้าไปแข่งขันในตลาดโลกได้ ซึ่งเป็นไปตามหลักของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) เมื่อประเทศใดสามารถผลิตสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นแล้ว ย่อมแสดงว่าทรัพยากรที่ถูกนำมาผลิตนั้นถูกนำมาใช้ได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือถ้าสินค้าที่ผลิตได้มีระดับราคาที่สูงกว่าการนำเข้าจากต่างประเทศแล้ว ก็ควรนำเข้าสินค้านั้นมากกว่า แล้วนำทรัพยากรต่างๆ ที่ผลิตสินค้านั้นไปผลิตสินค้าอื่นที่สามารถผลิตได้โดยต้นทุนที่ต่ำกว่าแทน

4. ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ทรัพยากร

เป็นการพิจารณาในการนำวัตถุดิบต่างๆ มาแปรรูปก่อนส่งออก ซึ่งจะทำให้สินค้านั้นๆ มีมูลค่าสูงขึ้น เช่น แทนที่จะส่งออกในรูปของผ้าผืน แต่เปลี่ยนมาเป็นการส่งออกเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปแทน ซึ่งมูลค่าของสินค้าย่อมสูงขึ้น อันจะทำให้ได้กำไรเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

5. เป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตลง (Economy of Scale)

ถ้าเดิมผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าเพื่อป้อนตลาดในประเทศเพียงอย่างเดียว ปริมาณการผลิตจึงไม่สูงมากนัก แต่ถ้ามีการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศด้วย ปริมาณการผลิตก็จะเพิ่มขึ้น จากกำลังผลิตเดิมที่มีอยู่ก็จะเพิ่มกำลังผลิตเพิ่มขึ้นให้เต็มกำลังผลิต หรืออาจเป็นการขยายกำลังผลิตขึ้นเหล่านี้อย่อมเป็นการช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำลง หรือเป็นการผลิต ณ จุดที่มีระดับต้นทุนต่ำสุด อันจะเป็นการช่วยให้ได้กำไรเพิ่มขึ้น

6. ช่วยสร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

การขยายและกระจายการส่งออกจะช่วยปรับปรุงระดับเทคโนโลยีในการผลิต และการบริหาร เพราะในตลาดโลกย่อมมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่จะกระตุ้นให้ผู้ส่งออกต้องปรับปรุงสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิตตลอดจนการจัดการ อันจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นการช่วยยกระดับของเทคโนโลยีของประเทศอีกทางหนึ่ง

7. ช่วยลดการพึ่งพิงสินค้าจากต่างประเทศ

เป็นการพิจารณาในการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า (Import substitution) เพราะเดิมเราต้องนำเข้าสินค้าต่างๆ ที่ยังไม่สามารถผลิตได้ หรือผลิตได้แต่มีต้นทุนที่สูงกว่าการนำเข้า แต่เมื่อเราพยายามพัฒนาให้สามารถผลิตสินค้านั้นได้แล้วก็จะลดการนำเข้าลง ขณะเดียวกันนอกจากจะผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศแล้ว ก็มุ่งไปหาตลาดในต่างประเทศ (Export Oriented) เพื่อให้ได้ปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น อันจะเป็นการช่วยต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำลง

(ที่มา:<http://www.paripatlight.com/?p=1924>)

การแก้ไขปัญหาการส่งออก

กระทรวงพาณิชย์ โดยคณะอนุกรรมการติดตามและเร่งรัดการส่งออก ภายใต้คณะกรรมการพัฒนาการส่งออก ได้ประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาคราชการและเอกชน เพื่อเร่งรัดและติดตามการดำเนินการแก้ไขปัญหาการส่งออกอย่างใกล้ชิด โดยแบ่งกลุ่มปัญหาเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาษีและการเงิน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านมาตรฐานสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม ด้านวัตถุดิบ แรงงาน และเทคโนโลยี และด้านการตลาด และคณะอนุกรรมการส่งเสริมการส่งออกอาหาร โดยมีภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นอนุกรรมการ เพื่อดำเนินการส่งเสริมการส่งออกและแก้ไขปัญหาลดอุปสรรคการส่งออก โดยเน้นสินค้าอาหารสำคัญ 4 รายการ ได้แก่ กุ้งแช่เย็นแช่แข็ง ไข่ อาหารทะเลกระป๋อง และผักผลไม้กระป๋องและแปรรูป มีความคืบหน้าการดำเนินการของหน่วยงานต่างๆ เช่น

- ลดภานำเข้าฝ่ายเป็นศูนย์ ได้มีการลงนามในสัญญาระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์กับสมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย และสมาคมอุตสาหกรรมฝ่ายไทย
- จัดประชุมพิจารณากำหนดแผนพัฒนาตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์ และการจัดตั้งศูนย์เฟอร์นิเจอร์

- เร่งรัดการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยส่วนที่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 107 ราย ได้คืนภาษีแล้ว 20,617 ล้านบาท ส่วนที่กระทรวงพาณิชย์รวบรวม 135 ราย ได้คืนแล้ว 43 ราย ยังไม่ได้คืน 92 ราย ซึ่งอยู่ระหว่างตรวจปฏิบัติการ 60 ราย

- ยกเว้นค่าธรรมเนียมพิเศษตอบโต้การทุบตลาดสินค้าแผ่นเหล็กร้อนชนิดม้วนที่มีแหล่งกำเนิดจากรัสเซียและยูเครน นำเข้ามาในคลังสินค้าทัณฑ์บน เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเพื่อส่งออก

- อุตสาหกรรมผู้ผลิตพลาสติกและเคมีภัณฑ์สามารถเลือกซื้อไฟฟ้าจากบริษัท COSCO ซึ่งไม่ได้รับสัมปทาน เพื่อแก้ปัญหาค่าไฟฟ้าไม่เพียงพอที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด

- กรมพัฒนาแรงงานได้ลงนามกับภาคเอกชนเพื่อจัดอบรมยกระดับฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณี ยานยนต์ โรงแรม สิ่งทอ และต่อเรือ

- กรม. เห็นชอบแผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์การพัฒนายางพาราครบวงจร

- มาเลเซียตกลงยกเลิกการจำกัดปริมาณสินค้าเน่าเสียจากไทยผ่านมาเลเซียไปสิงคโปร์ปีละไม่เกิน 30,000 ตัน ซึ่งต้องรอผลในทางปฏิบัติของด่านมาเลเซีย

- การให้ความช่วยเหลือด้านเงินกู้เพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักร ได้ขยายประเภทอุตสาหกรรม จากเดิมเฉพาะอุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นทั้ง 13 อุตสาหกรรม โดยมีวงเงินช่วยเหลือระหว่างปี 2542-2543 จำนวน 25,000 ล้านบาท และได้ปรับปรุงเงื่อนไขเดิม โดยผู้กู้ไม่จำเป็นต้องทำลายเครื่องจักรเก่า และให้กู้แก่โรงงานที่ย้ายเข้าในนิคมอุตสาหกรรมหรือโรงงานที่แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

- โครงการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการส่งออกโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต กรมส่งเสริมการค้าส่งออก ได้จัดงานแสดงสินค้าบนอินเทอร์เน็ตแล้ว 12 งาน มีผู้เข้าชมงาน 45,462 ราย และได้เผยแพร่ข้อมูลของบริษัทใน website ของกรมฯ 2,390 บริษัท มีรูปแบบสินค้า 9,750 รายการ จัดประชุมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ กลยุทธ์ทางธุรกิจแห่งสหัสวรรษใหม่ เมื่อวันที่ 16-17 มีนาคม 2543 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

- ออسترเลียประกาศยุติคำร้องการได้ส่วนการทุบตลาดสินค้ากระดาษลอกแบบ และได้วันประกาศยุติการได้ส่วนการทุบตลาดกระดาษพิมพ์เขียน

- กรม. เห็นชอบให้ขยายและลดอัตราอากรขาเข้าเหล็กแท่งชนิดสแลปและเหล็กไร้สนิมรีดร้อน เป็นการชั่วคราวเหลือ 1% จนถึง 31 ธันวาคม 2546 (จากเดิมถึง 31 มกราคม 2543) หลังจากนั้นจะปรับเพิ่มเป็น 5% และ 10% ตามลำดับ

- ลดภาษีภายใต้ AFTA ลงเหลือ 0.5% จำนวน 7,737 รายการ ตั้งแต่ 1 มกราคม 2543 เป็นต้นไป

- พรบ.ศุลกากร ซึ่งมีเนื้อหาเรื่องการประเมินราคาสินค้านำเข้าเพื่อจัดเก็บภาษีศุลกากรที่สอดคล้องกับความตกลงของ WTO ได้ผ่านการพิจารณาเป็นกฎหมายแล้ว

- พรบ.ภาษีสรรพสามิต ซึ่งมีเนื้อหาส่วนหนึ่งให้อำนาจอธิบดีกรมสรรพสามิต ยกเว้นภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าที่ผลิตเพื่อส่งออก ได้ผ่านการพิจารณาเป็นกฎหมายแล้ว

- สะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 ที่จังหวัดมุกดาหาร จะเริ่มประกาศประมูลงานก่อสร้างประมาณกลางปี 2543 และจะเริ่มก่อสร้างในปี 2544

- ปรับปรุงการบริการท่าเรือ โดยตั้งคณะทำงานให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ณ ท่าเรือกรุงเทพ ณ กองปฏิบัติการสินค้า 1 ตึกท่าเรือกรุงเทพ ชั้น 2 โทร 671-8807 เริ่มตั้งแต่มกราคม 2543 โดยไม่คิดค่าบริการ

- กรม.เห็นชอบโครงการศึกษาการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนจังหวัดเชียงราย วงเงิน 10 ล้านบาท เพื่อรองรับโครงการความร่วมมือสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจไทย-พม่า-ลาว-จีน ที่มีเป้าหมายขยายเครือข่ายระบบคมนาคมระหว่างกัน และได้มีการลงนามในความตกลงเดินเรือพาณิชย์ในกลุ่มแม่น้ำโขง 4 ฝ่าย แล้วเมื่อเดือนเมษายน 2543

- คณะมนตรียุโรปเห็นชอบเปิดโควตาภาษี (Tariff Quota) นำเข้าสินค้าประมงปี 2000 ซึ่งรวมสินค้าส่งออกสำคัญของไทย คือ ปูอัดแช่แข็ง ปลาหมึก และเนื้อปลาทูน่า ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน - 31 ธันวาคม 2543

- เนเธอร์แลนด์ยกเลิกการกักกันสินค้าเนื้อไก่สดหมักเกลือจากไทย

- ขยายเวลาการยื่นขอรับสิทธิยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบเพื่อผลิตส่งออก ตามมาตรา 36 (1) และ (2) ออกไปอีก 1 ปี จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2543

- เปลี่ยนแปลงวิธีการคำนวณการเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ส่งออกยางธรรมชาติผสมสารเคมี โดยให้คำนวณค่าธรรมเนียมจากน้ำหนักยางตามสัดส่วนของปริมาณยางธรรมชาติเท่านั้น ซึ่งช่วยลดต้นทุนแก่ผู้ส่งออก

- สหภาพยุโรปประกาศใช้กฎระเบียบเรื่อง Animal Welfare ในวันที่ 1 มกราคม 2543 กรมปศุสัตว์เตรียมการรองรับ โดยให้ความสำคัญต่อสุขอนามัยสินค้าส่งออก และได้ร่างนโยบายสินค้าปศุสัตว์ส่งออกโดย

1) แก้ปัญหาสุขอนามัยตั้งแต่ฟาร์มเลี้ยง

2) วิจัยพัฒนาตั้งแต่ฟาร์ม

3) ให้ผู้ปฏิบัติในท้องที่ให้ความสำคัญในเรื่องสุขอนามัย และได้ออกระเบียบว่าด้วยการคุ้มครองและดูแลสวัสดิภาพสัตว์ปีก และการเก็บตัวอย่างเพื่อตรวจสอบเชื้อ Samonella สำหรับสัตว์ปีกพันธุ์ พ.ศ.2542 เพื่อใช้กับฟาร์มเลี้ยงไก่เพื่อการส่งออก รวมทั้งประกาศเกี่ยวกับมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงสุกร ฟาร์มโคนม และการผลิตน้ำมันดิบ ฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อของไทย

- ตั้งคณะทำงานเพื่อเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต่อการเปิดเสรีสิ่งทอในปี 2548

- ตั้งคณะทำงานพิจารณาแก้ปัญหามาตรการการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีสำหรับการส่งออกสินค้าอาหารของไทย - จัดทำหนังสือเรื่องการวิเคราะห์อันตราย และจุดควบคุมวิกฤติเพื่อจัดเตรียมอาหารฮาลาลในทางอุตสาหกรรมและพาณิชย์ (HALAL-HACCP) เพื่อเป็นคู่มือในการผลิตอาหารฮาลาลในไทย ให้ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามและได้คุณภาพมาตรฐานอุตสาหกรรม

- ชาญคิดอะระเบียยกเลิกการห้ามนำเข้าปลาทูน่าบรรจุกระป๋องจากประเทศไทย ซึ่งมีน้ำมันถั่วเหลือง GMOs เป็นส่วนผสม โดยต้องมีใบรับรองสุขอนามัยจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และผ่านการรับรองจากสถานเอกอัครราชทูตชาญคิดอะระเบียประจำประเทศไทย

- กรมวิชาการเกษตรและสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปได้จัดทำ MOU ร่วมกันในเรื่องการออกหนังสือรับรองสินค้า non-GMOs และกำลังร่างประกาศเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ ขั้นตอนและรายละเอียดต่าง ๆ

- จ้างผู้เชี่ยวชาญจากประเทศอังกฤษเพื่อศึกษาวิเคราะห์ความเสี่ยงการนำเข้าเชื้อไวรัส IBD ในเนื้อไก่ต้มสุกของไทย เพื่อนำผลทางวิทยาศาสตร์ไปเจรจาต่อรองกับรัฐบาลออสเตรเลีย ซึ่งไม่เปิดตลาดไก่ต้มสุกให้กับประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ได้แต่งตั้งคณะกรรมการเจรจาเรื่องค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางเรือเพื่อลดภาระการส่งออก เพื่อแก้ปัญหาค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางเรือที่

มีอัตราสูงขึ้นและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งค่าระวางเรือ ค่าภาระหน้าท่า และค่าออกเอกสาร ซึ่ง
เป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนการผลิตและการส่งออกของสินค้าไทยสูงขึ้น โดยในช่วงเกิดภาวะ
วิกฤตเศรษฐกิจ ได้ขอให้บริษัทเรือตรึงอัตราค่าภาระหน้าท่า และค่าออกเอกสารในอัตราเดิมซึ่งใช้
ตั้งแต่ปี 2538 ในขณะที่ประเทศที่ไม่มีอำนาจต่อรองประเทศอื่นๆถูกเรียกเก็บเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ
นอกจากนี้ กรมฯ ยังให้ความเห็นชอบ เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2542 ให้ใช้อัตราค่าภาระของท่าเรือ
กรุงเทพฯ ในอัตราเดิม ตามที่กระทรวงพาณิชย์เสนอ เพื่อมิให้กระทบต่อการส่งออก เป็นผลให้ค่า
ภาระหน้าท่าคงอยู่ในอัตราเดิม ซึ่งจากการดำเนินการติดตามและเร่งรัดการส่งออกนี้ เป็นส่วนหนึ่ง
ที่ทำให้การส่งออกของไทยกระเตื้องขึ้นตั้งแต่เดือนเมษายน 2542 เป็นต้นมา ในปี 2542 มีมูลค่าการ
ส่งออกรวม 58,463 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 7.3 สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ ร้อย
ละ 4 สำหรับปี 2543 ได้ตั้งเป้าหมายการส่งออก มูลค่า 62,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 6
ซึ่งในช่วง 5 เดือนแรกของปีตั้งแต่เดือนมกราคมถึงพฤษภาคม 2543 มีมูลค่าการส่งออก 27,389 ล้านดอลลาร์
สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 22.9 ซึ่งแนวโน้มการส่งออกของไทยจะดี
ขึ้นกว่าปีก่อน คาดว่าทั้งปีจะสามารถส่งออกได้เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้

(ที่มา: http://www.ops.moc.go.th/ewt_news.php?nid=224&filename=index)

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับพิธีการศุลกากร

ในการส่งออกสินค้า ผู้ส่งออกก็ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และประกาศที่
กรมศุลกากรและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการส่งออกกำหนดไว้ให้ครบถ้วน เช่นเดียวกับการ
นำเข้า โดยมีคำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และปฏิบัติตามขั้นตอนพิธีการศุลกากรในการ
ส่งออกสินค้า ดังนี้

1. ประเภทใบขนสินค้าขาออก เป็นแบบพิมพ์ที่กรมศุลกากรกำหนดให้ผู้ส่งออก
ต้องยื่นต่อกรมศุลกากรในการส่งออกสินค้า ซึ่งจำแนกออกเป็น 4 ประเภท ตามลักษณะการส่งออก
ดังนี้

1.1 แบบ กศก.101/1 ใบขนสินค้าขาออก ใช้สำหรับการส่งออกในกรณี
ดังต่อไปนี้

- การส่งออกสินค้าทั่วไป
- การส่งออกของส่วนบุคคลและเอกสิทธิ์
- การส่งออกสินค้าประเภทส่งเสริมการลงทุน (BOI)
- การส่งออกสินค้าจากคลังสินค้าทัณฑ์บน
- การส่งออกสินค้าที่ขอชดเชยค่าภาษีอากร

- การส่งออกสินค้าที่ขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ
- การส่งออกสินค้าที่ต้องการใบสุทธินำกลับ

1.2 แบบ กศก.103 คำร้องขอผ่อนผันรับของ/ส่งของออกไปก่อน ใช้สำหรับการขอส่งสินค้าออกไปก่อนปฏิบัติพิธีการใบขนสินค้าขาออกในลักษณะที่กรมศุลกากรกำหนดไว้ในประมวลระเบียบปฏิบัติศุลกากรพ.ศ. 2544

1.3 แบบ A.T.A. Carnet ใบขนสินค้าสำหรับนำของเข้าหรือส่งของออกชั่วคราว ใช้สำหรับพิธีการส่งของออกชั่วคราวในลักษณะที่กำหนดในอนุสัญญา

1.4 ใบขนสินค้าพิเศษสำหรับรถยนต์และจักรยานยนต์นำเข้าหรือส่งออกชั่วคราว ใช้สำหรับการส่งออกรถยนต์และจักรยานยนต์ชั่วคราว

2. เอกสารที่ผู้ส่งออกควรจัดเตรียมในการส่งออกสินค้า

- ใบขนสินค้าขาออก ประกอบด้วยต้นฉบับและสำเนา 1 ฉบับ
- บัญชีราคาสินค้า (Invoice) 2 ฉบับ
- แบบธุรกิจต่างประเทศ (Foreign Transaction Form) : ธต. 1 จำนวน 2 ฉบับ กรณีสินค้าส่งออกมี ราคา FOB เกิน 500,000 บาท
- ใบอนุญาตส่งออกหรือเอกสารอื่นใดสำหรับสินค้าควบคุมการส่งออก
- เอกสารอื่น ๆ (ถ้ามี)

3. ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการส่งออกสินค้านี้

3.1 ผู้ส่งออกหรือตัวแทนส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกและบัญชีราคาสินค้า (Invoice) ทุกรายการจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งออกหรือตัวแทนมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร โดยผ่านบริษัทผู้ให้บริการระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

3.2 เมื่อเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรตรวจสอบข้อมูลในใบขนสินค้าขาออกส่งมาถูกต้องครบถ้วนแล้ว จะออกเลขที่ใบขนสินค้าขาออกและตรวจสอบเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กรมศุลกากรกำหนดไว้ เพื่อจัดกลุ่มใบขนสินค้าขาออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้และแจ้งกลับไปยังผู้ส่งออกหรือตัวแทน เพื่อจัดพิมพ์ใบขนสินค้าใบขนสินค้าขาออกที่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Red Line) สำหรับใบขนสินค้าประเภทนี้ ผู้ส่งออกหรือตัวแทนต้องนำใบขนสินค้าไปติดต่อกับหน่วยงานประเมินอากรของท่าที่ผ่านพิธีการใบขนสินค้าขาออกที่ไม่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Green Line) สำหรับใบขนสินค้าขาออกประเภทนี้ ผู้ส่งออกสามารถชำระค่าอากร (ถ้ามี) และดำเนินการนำสินค้าไปตรวจปล่อยเพื่อส่งออกได้เลยโดยไม่ต้องไปพบเจ้าหน้าที่ประเมินอากร

4. ข้อควรทราบเพิ่มเติมในการส่งออกสินค้านี้

4.1 ถ้าสินค้าที่ส่งออกเป็นสินค้าที่ผู้ส่งออกประสงค์จะนำกลับเข้ามาในประเทศไทยอีกภายในหนึ่งปีโดยขอยกเว้นอากรขาเข้า ให้เพิ่มคู่ฉบับใบขนสินค้าขาออกอีกหนึ่งฉบับเพื่อใช้เป็นหลักฐานที่เรียกว่า “ใบสุทธินำกลับ” เพื่อเป็นหลักฐานในการนำสินค้ากลับเข้ามา

4.2 การส่งน้ำมันหรือผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ผลิตในราชอาณาจักรไปจำหน่ายยังต่างประเทศและผู้ส่งออกต้องการขอคืนภาษีน้ำมันของกรมสรรพสามิต ให้เพิ่มกลุ่มบัญชีสินค้าขาออกอีกหนึ่งฉบับและเขียนหรือประทับตราว่ามีข้อความว่า “ ขอคืนภาษีน้ำมันหรือผลิตภัณฑ์น้ำมัน ” ไว้ตอนบนใบขนสินค้าขาออกและกลุ่มบัญชี

4.3 สำหรับท่ากรุงเทพ การส่งสินค้า Re-Export ไปยังประเทศ สปป.ลาวและประเทศจะขอคืนอากรขาเข้า ให้เพิ่มกลุ่มบัญชีสินค้าขาออกอีกหนึ่งฉบับแนบติดกับต้นฉบับใบขนสินค้าขาออกด้วย

4.4 การส่งออกที่ผู้ส่งออกประสงค์จะได้เอกสารส่งออกจากกรมศุลกากรเพื่อขอรับเงินชดเชยอากรจะต้องยื่นกลุ่มบัญชีสินค้าขาออกอีกหนึ่งฉบับ ซึ่งมีลักษณะพิเศษคือมีสีน้ำเงินที่มุมทั้ง 4 มุม

4.5 สินค้าส่งออกที่ขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ จะต้องยื่นใบแนบใบขนสินค้าขาออก เพื่อขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ

4.6 สถานที่สำหรับตรวจสินค้าขาออก มีดังนี้

- ท่าศุลกากร (ท่ากองตรวจสินค้าขาออกเดิม) หรือ ณ ทำเนียบท่าเรือที่ได้รับอนุมัติสำหรับการนำเข้า – ส่งออก

- งานตรวจคอนเทนเนอร์และสถานีตรวจสอบขาออก (Main Gate) ฝ่ายตรวจสินค้าที่ 2 ภายในบริเวณท่าเรือกรุงเทพ

- สถานีตรวจและบรรจุสินค้าเข้าคอนเทนเนอร์ เพื่อการส่ง ออก (สตส. LCY.)

- สำหรับข้าว แร่ ยาง ณ โรงเก็บข้าว โรงสีข้าว โรงเก็บแร่ โรงเก็บ ยาง อันได้รับอนุมัติตามมาตรา 74 แห่ง พ.ร.บ.ศุลกากร พ.ศ. 2469

- โรงพักสินค้าสำหรับตรวจของขาเข้า และบรรจุของขาออกที่ขนส่งโดยระบบคอนเทนเนอร์ นอกเขตท่าทำเนียบท่าเรือ (รพท. หรือ I.C.D./INLAND CONTAINER DEPOT)

- ทำเนียบท่าเรือเอกชน

- เขตอุตสาหกรรมส่งออกต่างๆ

- โรงงานหรือสถานประกอบการของผู้ส่งออก

- ด้านศุลกากรภูมิภาคต่าง ๆ

การจัดทำใบขนสินค้าขาออก (E-Expert)

หลักการการผ่านพิธีการใบขนสินค้าขาออกทางอิเล็กทรอนิกส์การผ่านพิธีการศุลกากร ให้สามารถกระทำได้โดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร(Paperless) โดยส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์พร้อมลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature) ของเจ้าของลายมือชื่อ

ผ่านบุคคลที่เป็นสื่อกลางผู้ให้บริการรับส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Value Added Network Services : VANS) เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนด (ebXML/ XML Format) เสมือนการจัดทำ ขึ้น ส่ง รับเอกสาร และการลงลายมือชื่อในกระดานการยื่นใบขนสินค้าขาออก ให้ผู้ส่งของออกจัดทำข้อมูลใบขนสินค้าขาออกตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนด และเป็นผู้ส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร เมื่อระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรผู้รับข้อมูล ได้ทำการตอบรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้น ในการผ่านพิธีการ ถือเป็นการยื่นเอกสารนั้น ๆ ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการศุลกากรแล้ว วิธีการการส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออก กระทำได้ 4 ช่องทาง

1. ผู้ส่งออกส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกด้วยตนเอง
2. ผู้ส่งออกมอบหมายให้ตัวแทนออกของ (Custom Broker) เป็นผู้ส่งข้อมูลแทน
3. ผู้ส่งออกใช้เคาน์เตอร์บริการ (Service Counter) ในการส่งข้อมูล
4. ผู้ส่งออกยื่นใบขนสินค้าขาออก พร้อมแบบรายละเอียดข้อมูลใบขนสินค้าและ

ชำระค่าธรรมเนียมกับเจ้าหน้าที่ศุลกากร ณ ท่า/ที่/สนามบินที่ส่งของออกหลักการบันทึกข้อมูลใบขนสินค้าขาออก

- สามารถใช้สิทธิ Free Zone, I-EAT Free Zone, Bond เพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่งในแต่ละรายการของใบขนสินค้า (บันทึกการขอใช้สิทธิในส่วนของ Export Declaration Detail)

- รายการบันทึกในส่วนของ Export Declaration Detail เมื่อบันทึกขอใช้สิทธิชดเชยอากร (Compensation) แล้วไม่สามารถบันทึกขอใช้สิทธิ (Y) ในส่วนของ 19 ทวิ, BOI, สุทธินำกลับ, Re-Export อีกได้

- การสำแดงพิกัดศุลกากร (Tariff Code) ให้สำแดงตรงกับชนิดของของที่ส่งออก (ยกเลิกการสำแดงพิกัดศุลกากร 99.... ทุกกรณี)

- ใบขนสินค้าขาออก ถ้า Export Tariff เป็น PART3 (ภาค 3 พิกัดอัตราศุลกากรขาออก) ต้องระบุรหัสสิทธิพิเศษ Privilege Code = 003 เว้นแต่ กรณีใบขนสินค้าขาออกถ้า Export Tariff เป็น PART4(ภาค 4 ของที่ได้รับยกเว้นอากร) ต้องระบุรหัสสิทธิพิเศษ Privilege Code = 004 เสมอ หลักการรวมเอกสาร Invoice เป็นข้อมูล Export Declaration Detail

- ใบขนสินค้าขาออก ที่ขอใช้สิทธิตาม มาตรา 19 ทวิสามารถบันทึกข้อมูลรายละเอียดใบขนสินค้าจัดกลุ่มรายการตามพิกัดศุลกากร และ สูตรการผลิต และ Model (ถ้ามี) โดยต้องสำแดงชนิดสินค้าให้มีรายละเอียดที่จำเป็น เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงกับสูตรการผลิตที่ต้องการขอคืนอากรได้

- ใบขนสินค้าขาออก ที่ขอใช้สิทธิซดเชย สามารถบันทึกข้อมูลรายละเอียดใบขนสินค้าจัดกลุ่มรายการตามพิกัตศุลกากร และชนิดของของตามเงื่อนไขที่ระบุในการขอซดเชยค่าภาษีอากร

- ใบขนสินค้าขาออก คลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไป , คลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทแสดงสินค้าคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทคลังเก็บ สามารถบันทึกข้อมูลรายละเอียดใบขนสินค้าจัดกลุ่มรายการตามพิกัตศุลกากร และตามเลขที่ใบขนสินค้าขาเข้า และรายการใบขนสินค้าขาเข้า ที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร โดยต้องสำแดงรายละเอียดสินค้าให้ครบถ้วน ตามเงื่อนไขที่ระบุในการขอยกเว้นอากร

- ใบขนสินค้าขาออก คลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิต สามารถบันทึกข้อมูลรายละเอียดใบขนสินค้าจัดกลุ่มรายการตามพิกัตศุลกากร และสูตรการผลิตต้องสำแดงรายละเอียดชนิดสินค้าให้ครบถ้วน ตามเงื่อนไขที่ระบุในการขอยกเว้นอากร

- ใบขนสินค้าขาออก ขอใช้สิทธิBOI สามารถบันทึกข้อมูลรายละเอียดใบขนสินค้าจัดกลุ่มรายการตามพิกัตศุลกากร และสูตรการผลิต โดยต้องสำแดงรายละเอียดชนิดสินค้าให้ครบถ้วน ตามเงื่อนไขที่ระบุในการขอใช้สิทธิส่งเสริมการลงทุน (BOI)

- ใบขนสินค้าขาออก ขอใช้สิทธิสุทธินำกลับ และ Re-Export สามารถบันทึกข้อมูลรายละเอียดใบขนสินค้าจัดกลุ่มรายการตามพิกัตศุลกากร และเลขที่ใบขนสินค้า ขาเข้า และ รายการในใบขนสินค้าขาเข้าที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร

- ใบขนสินค้าขาออก ประเภท อื่นๆ สามารถบันทึกข้อมูลรายละเอียดใบขนสินค้าจัดกลุ่มรายการตามพิกัตศุลกากร และชนิดของของระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร ตรวจสอบข้อมูลใบขนสินค้าขาออก

- การตรวจสอบความถูกต้องเบื้องต้น ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรจะตรวจสอบความถูกต้องเบื้องต้นกับเพิ่มข้อมูลอ้างอิง และกับข้อมูลการอนุมัติ/อนุญาตตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- การตรวจสอบพบความผิดพลาด ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรจะตอบรหัสข้อผิดพลาดทุกข้อกลับไปให้ผู้ส่งข้อมูล (ตาม XML User) ในคราวเดียว ให้ผู้ส่งของออก ทำ การแก้ไขข้อมูลและส่งข้อมูลใหม่เพื่อแก้ไขข้อมูลใบขนสินค้าขาออกเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของ ศุลกากร

- หากไม่พบข้อผิดพลาด ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรจะกำหนดเลขที่ใบขนสินค้าขาออกทางอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 14 หลัก ในสถานะพร้อมข ราค่าภาษีอากร (ถ้ามี) และแจ้งเลขที่ใบขนสินค้าขาออกทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ตอบกลับไปยังผู้ส่งข้อมูล (ตาม XML User) โดยมีประเภทของเอกสารหลักมีค่าเป็น 1 = ใบขนสินค้าขาออก

- การยื่นเอกสารใบแนบ 4 ใบขนสินค้าขาออกต่อศุลกากร เมื่อระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรผู้รับข้อมูลได้ทำการตอบรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้น ในการผ่านพิธีการถือเป็นการยื่นเอกสารนั้น ๆ ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการศุลกากร แล้ว

- การยกเลิกใบขนสินค้าขาออก กรณี ผู้ส่งของออกไม่ประสงค์จะทำการส่งของออกตามใบขนสินค้าขาออกที่ได้ส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์มายังระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรแล้ว หรือข้อมูลใบขนสินค้าขาออกที่ได้รับการตอบรับเลขที่ใบขนสินค้าขาออกแล้ว ผิดพลาด ให้ผู้ส่งของออก (ตาม XML User) ขอยกเลิกเลขที่ใบขนสินค้าขาออกฉบับนั้น ๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรทำการยกเลิกเลขที่ใบขนสินค้าขาออกฉบับนั้นออกจากระบบ ก่อนการส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของใบขนสินค้าขาออกที่ถูกต้องมาใหม่ การตรวจสอบข้อมูลใบขนสินค้าขาเข้าและขาออก กับระบบทะเบียนผู้มาติดต่อ

1. การตรวจสอบลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature) มีเงื่อนไขดังนี้

- VAT ID ของ ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต้องเท่ากับเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากรของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (Company Tax No) หรือ

- VAT ID ของ ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต้องเท่ากับเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากรของตัวแทนออกของ (Broker Tax No) หรือ

- VAT ID ของ ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต้องเท่ากับเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากรของตัวแทนออกของรับจ้างช่วง (Sub Broker Tax Number) หรือ

- VAT ID ของ ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต้องเท่ากับเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากรของ Company Tax No ของ Registration ID กรณีเป็น Service Counter เท่านั้น

2. การตรวจสอบความสัมพันธ์ของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออกกับตัวแทนออกของ ต้องมีการว่าจ้างระหว่าง ผู้นำเข้า/ผู้ส่งออกกับตัวแทนออกของ จะตรวจสอบกับระบบทะเบียน ดังนี้

- ผู้นำเข้า/ผู้ส่งออกต้องว่าจ้างตัวแทนออกของ

- ตัวแทนออกของต้องได้รับการว่าจ้างจากผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก

3. การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแทนออกของรับจ้างช่วง กับตัวแทนออกของที่มีความสัมพันธ์กับผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก จะตรวจสอบกับระบบทะเบียน ดังนี้

- ผู้รับจ้างช่วงต้องได้รับการว่าจ้างจากตัวแทนออกของ

- ตัวแทนออกของต้องได้รับการว่าจ้างจากผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก

- ผู้นำเข้า/ผู้ส่งออกต้องว่าจ้างตัวแทนออกของ

4. การตรวจสอบความสัมพันธ์ของ ผู้จัดการ/ผู้รับมอบอำนาจ (ช่อง Manager ID Card) กับผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก หรือตัวแทนออกของ มีการตรวจสอบเฉพาะกรณีที่ส่งข้อมูลผ่านระบบของ Service Counter เท่านั้น จะตรวจสอบกับระบบทะเบียน ดังนี้

- ต้องเป็น ผู้จัดการ/ผู้รับมอบอำนาจ ของ ผู้ส่งออก/ผู้นำเข้า หรือ
 - ต้องเป็น ผู้จัดการ/ผู้รับมอบอำนาจ ของ ตัวแทนออกของ หรือ
 - ต้องเป็น ผู้จัดการ/ผู้รับมอบอำนาจ ของ ตัวแทนออกของผู้รับจ้างช่วง
- ของ ตัวแทนออกของการบรรจุสินค้าและการจัดทำใบกำกับการขนย้ายสินค้า (E-Expert) ขึ้นตอนในการบรรจุสินค้า และการจัดทำใบกำกับการขนย้ายสินค้า (E-Expert) ประกอบดังนี้

1. สถานที่บรรจุสินค้า

- ส่งออกรายเดียว (FCL) ไม่ว่าจะมิใบขนสินค้าขาออกฉบับเดียวหรือหลายฉบับก็ตามให้ทำการบรรจุสินค้านอกเขตอารักขาของศุลกากรได้
- ผู้ส่งออกหลายราย (LCL) บรรจุสินค้าภายในเขตอารักขาศุลกากร เว้นแต่ ผู้ส่งของออกต้องมีความจำเป็นในการบรรจุของในตู้คอนเทนเนอร์เดียวกัน เช่น เป็นผู้ส่งออกในเครือบริษัทเดียวกัน หรือผู้ส่งออกที่มีสายการผลิตต่อเนื่องกัน หรือผู้ส่งออกที่มีเงื่อนไขจากลูกค้าให้ส่งออกโดยบรรจุพร้อมกับผู้ส่งออกรายอื่น หรือกรณีสินค้าที่ต้องควบคุมอุณหภูมิ (นำเข้าง่าย) เป็นต้น

- ผู้ส่งออกที่บรรจุสินค้าทั้งหมด
- จัดทำข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้า
- ส่งข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้า
- รับผิดชอบต่อผู้ส่งของออกรายอื่นที่บรรจุร่วมกัน

2. การปิดตู้ หรือยานพาหนะ

- บรรจุสินค้าในตู้คอนเทนเนอร์/พาหนะแบบปิด ให้ผู้รับผิดชอบการบรรจุทำการปิดผนึกประตูพาหนะที่ใช้ขนย้ายสินค้าด้วยวิธีที่ผู้รับผิดชอบการบรรจุกำหนด เมื่อบรรจุของขึ้นบนพาหนะแล้วเสร็จการจัดทำเนื้อหาองค์ความรู้ SMEs ภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center

- บรรจุสินค้าขึ้นบนยานพาหนะแบบเปิด ให้ผู้รับผิดชอบการบรรจุทำการคลุมผ้าใบหรือคลุมตาข่ายที่พาหนะที่ใช้ในการขนย้ายสินค้า แล้วใช้เชือกผูกประตึบตรานึก ด้วยวิธีที่ผู้รับผิดชอบการบรรจุกำหนดเมื่อบรรจุของขึ้นบนพาหนะแล้วเสร็จ การจัดทำใบกำกับการขนย้ายสินค้า

1. ใบกำกับการขนย้ายสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 Goods Transition Control ประกอบด้วย 31 Field
- ส่วนที่ 2 Goods Transition Detail ประกอบด้วย 8 Field

2. หาก Field ใด กำหนดให้ต้องระบุค่า (Value = M) แต่ผู้บันทึกไม่สามารถหาข้อมูลได้

- สำหรับ Field ที่เป็น Alphabet (แสดงออกเป็นตัวอักษร) ให้ระบุค่าเป็น

N/A

- สำหรับ Field ที่เป็น Numeric (แสดงออกเป็นตัวเลข) ให้ระบุค่าเป็น 0

(ศูนย์)

3. หาก Field ใด กำหนดให้ไม่ต้องระบุค่า (Value = O) และผู้บันทึกไม่สามารถหาข้อมูลได้ ก็ไม่ต้องบันทึกค่าใด ๆ

4. หาก Field ใด กำหนดให้ต้องระบุค่า เมื่อเข้าเงื่อนไขที่กำหนด (Value = C) แต่ผู้บันทึกไม่สามารถหาข้อมูลได้

- สำหรับ Field ที่เป็น Alphabet (แสดงออกเป็นตัวอักษร) ให้ระบุค่าเป็น

N/A

- สำหรับ Field ที่เป็น Numeric (แสดงออกเป็นตัวเลข) ให้ระบุค่าเป็น 0

(ศูนย์)

การส่งข้อมูลไปชนกับการขนย้ายสินค้าโดยใช้เคาน์เตอร์บริการบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร

1. ให้ผู้รับผิดชอบการบรรจุเอกสารใบกำกับการขนย้ายสินค้ามายื่นต่อเคาน์เตอร์บริการ เพื่อให้เคาน์เตอร์บริการเป็นผู้บันทึกข้อมูลจากเอกสารดังกล่าว แล้วส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ในการผ่านพิธีการศุลกากร พร้อมแนบลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ของเคาน์เตอร์บริการผ่านผู้ให้บริการรับส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร เมื่อได้รับตอบกลับเลขที่ใบกำกับการขนย้ายสินค้าแล้ว ให้เคาน์เตอร์บริการ จัดพิมพ์ใบกำกับการขนย้ายสินค้าในรูปแบบเอกสารจำนวน 2 ฉบับ ให้ผู้รับผิดชอบการบรรจุตรวจสอบและลงนามในใบกำกับการขนย้ายสินค้าแล้ว คืนให้ผู้ผ่านพิธีการจัดเก็บไว้ 1 ฉบับ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

2. คู่ฉบับใบกำกับการขนย้ายสินค้า 1 ฉบับ ให้เคาน์เตอร์บริการเก็บรวบรวม และจัดส่งให้สำนักตรวจสอบอากร กรมศุลกากร เป็นรายเดือน ภายในวันที่ 5 ของเดือนถัดไป นับแต่วันที่จัดพิมพ์ใบกำกับการขนย้ายสินค้า นั้น

3. กรณีเคาน์เตอร์บริการจัดพิมพ์ใบกำกับการขนย้ายสินค้า แต่ผู้รับผิดชอบการบรรจุไม่ลงนามในใบกำกับการขนย้ายสินค้า ให้เคาน์เตอร์บริการยกเลิกข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าออกจากระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร แล้วจัดทำรายงานเป็นรายเดือนแจ้งเลขที่ใบกำกับการขนย้ายสินค้าที่ยกเลิกด้วยการจัดทำและยื่นใบกำกับการขนย้ายสินค้าในรูปแบบเอกสารดังนี้

- ให้ผู้รับผิดชอบการบรรจุยื่นใบกำกับการขนย้ายสินค้าในรูปแบบเอกสาร และแบบรายละเอียดข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้า จำนวน 1 ฉบับ ซึ่งได้ลงลายมือชื่อผู้รับผิดชอบการบรรจุแล้ว

- เจ้าหน้าที่ศุลกากรจะทำการบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรแล้วจัดพิมพ์ข้อมูลที่บันทึกรายละเอียดข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าในระบบคอมพิวเตอร์

- ให้ผู้ผ่านพิธีการตรวจสอบข้อมูลที่บันทึกรายละเอียดข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าหากถูกต้องครบถ้วนแล้ว ให้ลงนามรับรองเพื่อยืนยันความถูกต้อง และมอบให้เจ้าหน้าที่ศุลกากรเก็บไว้ใบกำกับการขนย้ายสินค้าที่กรมศุลกากรจัดเก็บ

การตัดบัญชีใบกำกับการขนย้าย (E-Expert) สำหรับขั้นตอนการตัดบัญชีใบกำกับการขนย้าย (E-Expert) ประกอบไปด้วยการตรวจสอบและตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า ณ สถานี รับบรรจุทุกเมื่อขนส่งสินค้ามาถึงสถานีรับบรรจุทุกให้ผู้ขนย้ายทำการ

1. แสดงหรือแจ้งเลขที่ใบกำกับการขนย้ายสินค้า
2. ทางเรือให้แสดง EIR Weight (น้ำหนักชั่ง) ด้วย
3. เจ้าหน้าที่จะตรวจสอบ เลขที่ตู้คอนเทนเนอร์ (ทางเรือ) /เลขทะเบียนรถยนต์ (ทางบก) /Air Waybill (ทางเครื่องบิน)
4. ระบบคอมพิวเตอร์จะแจ้งตัดบัญชี การขนส่งสินค้าแบบอื่น ๆ เช่น ของ Bulk / พืชไร่ / ปูนซีเมนต์/รถยนต์/ ปิโตรเลียม/ทางท่อ /สายส่ง

- แสดงหรือแจ้งเลขที่ใบกำกับการขนย้ายสินค้า
 - เจ้าหน้าที่จะตรวจสอบเลขที่ใบกำกับการขนย้ายสินค้า
 - เมื่อได้รับเอกสารยืนยันปริมาณที่บรรจุลงเรือแล้วให้นำมาแสดงแจ้ง
 - เจ้าหน้าที่จะตัดบัญชีในระบบคอมพิวเตอร์สินค้าเข้าสู่ตู้คอนเทนเนอร์เลขที่ตู้ คอนเทนเนอร์ที่จะนำผ่านสถานีรับบรรจุ หรือจุดรับบรรจุสินค้าที่กำหนดต้องถูกต้องตรงตามข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้า ในระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรเท่านั้นเลขที่ตู้คอนเทนเนอร์ไม่ตรงกับข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าในระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร

1. เจ้าหน้าที่ ณ จุดรับบรรจุ พิจารณาเห็นควรให้แก้ไข
2. ให้นำตู้คอนเทนเนอร์ผ่านเข้าไปได้
3. ผู้รับผิดชอบการบรรจุ
 - ยื่นคำร้องขอแก้ไขเลขที่ตู้คอนเทนเนอร์
 - ต่อหน่วยบริการศุลกากร
4. เจ้าหน้าที่จะตรวจสอบ
 - แก้ไขเลขที่ตู้คอนเทนเนอร์
 - ตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้าการบรรจุสินค้าในพาหนะที่จะทำการขนส่งมายังสนามบินที่ส่งออก ในขณะที่จะนำสินค้าผ่านสถานีรับบรรจุหรือจุดรับบรรจุสินค้าที่

กำหนดให้ผู้รับผิดชอบการบรรจุแสดงเอกสารใบตราส่งสินค้าทางอากาศยาน (Air Waybill) หรือสำเนา ให้เจ้าหน้าที่ศุลกากรทราบก่อนนำสินค้าผ่านสถานีรับบรรจุหรือจัดรับบรรจุสินค้าที่กำหนดการบรรจุสินค้าในยานพาหนะเพื่อทำการขนส่งผ่านเขตแดนทางบก เลขทะเบียนยานพาหนะที่บรรจุสินค้ามายังด่านศุลกากรที่ส่งออกหรือจัดรับบรรจุที่กำหนดต้องถูกต้องตรงตามข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าในระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรเท่านั้นรหัสสถานที่ตรวจปล่อย (Release Port) ในใบกำกับการขนย้ายสินค้าไม่ตรงกับท่าที่จะส่งออก

1. เจ้าหน้าที่ ณ จุดรับบรรจุ พิจารณาเห็นควรให้แก้ไข

2. เจ้าหน้าที่จะตรวจสอบ

- แก้ไขเลขที่ตู้คอนเทนเนอร์

- ตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า

3. อนุญาตให้นำตู้คอนเทนเนอร์ผ่านเข้าไปได้ การตรวจสอบตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า เจ้าหน้าที่ศุลกากรจะตรวจสอบข้อมูลใบขนสินค้าขาออก ที่ระบุเลขที่ไว้ในใบกำกับการขนย้ายสินค้าว่า อยู่ในเงื่อนไขความเสี่ยงที่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรกำหนดว่ารับได้ แล้วทำการตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้านี้ดังกล่าว และอนุญาตให้นำสินค้าผ่านสถานีรับบรรจุหรือจัดรับบรรจุสินค้าที่กำหนดได้ตู้คอนเทนเนอร์/สินค้าขนย้ายมาถึงแล้ว แต่ตรวจสอบไม่พบข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าในระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร

- ให้อื่นใบกำกับการขนย้ายในรูปแบบเอกสาร ต่อเคาน์เตอร์รับบริการ หรือหน่วยบริการศุลกากร

- เจ้าหน้าที่ตรวจสอบตัดบัญชีใบกำกับ

- อนุญาตให้นำตู้คอนเทนเนอร์ผ่านเข้าไปได้ สถานะใบกำกับการย้ายสินค้า M – Matching (ผ่านสถานีรับบรรจุแล้ว) R – Release (ตรวจปล่อยแล้ว) L – Load (รับบรรจุ)

การตอบกลับการตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า

1. ในวันทำการเดียวกันที่ทำการตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า (Matching) ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรจะตอบกลับข้อมูลการตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า ไปให้ผู้ส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกที่ปรากฏเลขที่ใบขนสินค้า (ตาม XML User) ในใบกำกับการขนย้ายสินค้านั้น ทราบถึงการตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า ด้วยข้อความ “Goods Transition Control Already Checked

2. ให้ผู้ส่งของออกตรวจสอบการตอบกลับข้อมูลของระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร หากผู้ส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออก (ตาม XML User) ไม่ได้รับข้อมูลตอบกลับการตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า ภายในกำหนดเวลาอันควร ให้ตรวจสอบข้อมูลกับผู้รับผิดชอบการบรรจุ

หรือ กับบุคคลที่เป็นสื่อกลางผู้ให้บริการรับส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Value Added Network Services :VANS)

- ทางเรือประมาณ 15 วัน
- ทางรถไฟประมาณ 15 วัน
- ทางเครื่องบินประมาณ 7 วัน
- ทางรถยนต์ประมาณ 3 วัน
- กรณีขนส่งวิธีอื่น เมื่อได้รับเอกสารยืนยันปริมาณที่บรรทุกลงเรือแล้ว

นำมาแสดงแจ้งตัดบัญชี

การขอตรวจรับสินค้ากลับคืนตรวจรับสินค้ากลับคืนบางส่วน

1. ทำคำร้อง แจ้งรายการไม่ส่งออก
2. ยืนยันปริมาณ จำนวนหีบห่อ (Short Declaration)
3. แนบเอกสารที่เกี่ยวข้อง
4. ยื่นต่อหน่วยควบคุมทางศุลกากร
5. เจ้าหน้าที่ – ตรวจสอบการแก้ไข ให้รับของกลับคืน

การยกเลิกการส่งออกยกเลิกการส่งออก ตรวจรับสินค้ากลับคืนทั้งหมด

1. ทำคำร้อง
2. ยื่นต่อหน่วยควบคุมทางศุลกากร
3. เจ้าหน้าที่ – บันทึกยกเลิกใบขนสินค้า ให้รับของกลับคืน ไม่ต้องมีการพิจารณาความผิดการเปลี่ยน ชื่อเรือ เทียบเรือการเปลี่ยน ชื่อเรือ เทียบเรือ โดยไม่เปลี่ยนเขตท่าที่จะขนถ่ายตู้สินค้าลงเรือหรือไม่เปลี่ยนคลังสินค้าให้ตัวแทนเรือจัดทำคำร้องขอแก้ไขเปลี่ยนแปลง ยื่นต่อเจ้าหน้าที่หน่วยบริการศุลกากรเจ้าหน้าที่บันทึกแก้ไขเปลี่ยนแปลงในใบกำกับการขนย้ายสินค้า
4. ผู้ส่งออกไม่ต้องแก้ไขข้อมูล ชื่อเรือ เทียบเรือ ใบใบขนสินค้าขาออกอีก

รับบรรทุกของส่งออก (E-Expert) ขั้นตอนการรับบรรทุกของส่งออก (E-Expert) ประกอบไปด้วย

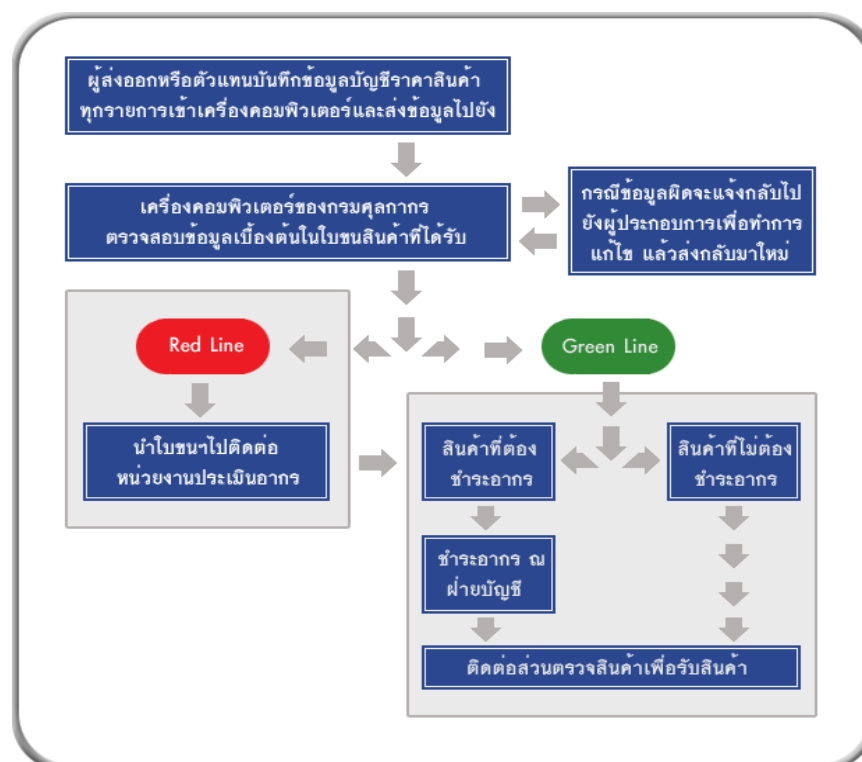
1. การรับบรรทุกการส่งออกไปนอกราชอาณาจักร

- ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรจะทำการประมวลผลการรับบรรทุกโดยอัตโนมัติตามเวลาที่กำหนดไว้

- ในวันทำการเดียวกันระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรจะตอบกลับข้อมูล ที่ทำการประมวลผลการรับบรรทุกไปให้ผู้ส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออก (ตาม XML User)

- ข้อความ “ Goods Loaded ” ให้ทราบถึงสถานะการรับบรรทุกส่งออก ไปนอกราชอาณาจักรการขนย้ายของโดยเรือ ณ ท่าเรือที่ส่งออกจะบันทึกข้อมูลชื่อเรือ วันเรือออก เมื่อมีการรายงานเรือออกไปนอกราชอาณาจักรแล้วการขนย้ายของโดยอากาศยาน ณ สนามบิน

ศุลกากร อากาศยานจะบันทึกข้อมูลเที่ยวบินและวันที่อากาศยานออกเมื่อมีการรายงานอากาศยานออกไปนอกราชอาณาจักรแล้วการขนย้ายของโดยยานพาหนะทางบก



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการส่งออกสินค้า

ตารางแฟ้มข้อมูลอ้างอิง (Reference File) เพื่อการบันทึกข้อมูลใบขนสินค้าขาออก

Seq.	Description	Remark	Data
1.	Export Duty Rate	อัตราอากรขาออก	REFEDR.TXT
2.	ISO Port Code	รหัสท่ามาตรฐาน	ISO REFIPC.TXT
3.	Tariff Classification	พิกัดศุลกากร	REFTRC.TXT
4.	Tariff Statistic	รหัสสถิติสินค้า	REFTRS.TXT
5.	Privilege Code	รหัสสิทธิพิเศษ	REFPVC.TXT
6.	Province Code	รหัสจังหวัด	REFPRV.TXT
7.	Area Code	รหัสสถานที่ของกรมศุลกากร	RFARS.TXT
8.	Currency Code	รหัสสกุลเงินตรามาตรฐาน	ISO RFCUC.TXT
9.	Export Currency Exchange	อัตราแลกเปลี่ยนสำหรับขาออก	RFECU.TXT
10.	ISO Country Code	รหัสประเทศมาตรฐาน	ISO RFICC.TXT
11.	Goods Unit Code	รหัสหน่วยของสินค้ามาตรฐาน	ISO RFUNT.TXT
12.	Package Unit Code	ลักษณะหีบห่อตามมาตรฐาน	REFPKG.TXT

ภาพที่ 3.3 ตารางแฟ้มข้อมูลอ้างอิงข้อมูลใบขนสินค้าขาออก

การปฏิบัติงานกรณีเครื่องคอมพิวเตอร์ขัดข้อง (แผนฉุกเฉิน) กรณีที่ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายสื่อสาร ระบบไฟฟ้า ของกรมศุลกากรขัดข้อง อันเป็นเหตุให้ไม่สามารถผ่านพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ เป็นเวลาประมาณ 30 นาทีให้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แจ้งไปยังสำนักงาน/ด่านศุลกากร

1.1 เพื่อให้ทราบกรณีระบบขัดข้อง

1.2 จะใช้ระยะเวลาเท่าใดในการทำให้ระบบคอมพิวเตอร์สามารถใช้งานได้

ตามปกติ

2. สำนักงาน/ด่านศุลกากร เห็นว่าปริมาณงานมีมากไม่สามารถรอได้

2.1 ผู้อำนวยการสำนักงาน/ด่านศุลกากรหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายของแต่ละ

หน่วยงาน

2.2 สั่งการให้เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องในระบบพิธีการศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์

แบบไร้เอกสารปฏิบัติงานด้วยระบบ Manual ตามขั้นตอนของแผนฉุกเฉิน

(ที่มา: www.customs.go.th)

เงื่อนไขการขนส่งระหว่างประเทศ

เงื่อนไขการขนส่งระหว่างประเทศ หรือที่เรียกกันว่า Incoterm (International Commercial Terms) เงื่อนไขนี้กำหนดขึ้นโดยสภาหอการค้านานาชาติ (International Chamber of Commerce) เพื่อสร้างกติกาสากลให้คู่ค้าทั่วโลกได้เข้าใจเงื่อนไขการส่งมอบสินค้า และใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยจะกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบของผู้ซื้อ และผู้ขาย ภาระค่าใช้จ่าย และการประกันภัย มีทั้งหมด 11 ข้อตกลง โดยมี 6 เงื่อนไขหลักๆที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน Incoterm เป็นเงื่อนไขที่ทุกคนยอมรับกันว่าสามารถใช้ในระดับสากล ซึ่งจะอธิบายเงื่อนไข 6 ข้อหลักดังต่อไปนี้

1. EXW (Ex Works)

ผู้ขายส่งมอบของให้แก่ผู้ซื้อ ณ ที่ทำการของผู้ขาย เช่น โรงงาน หรือโรงพักสินค้า ฯลฯ โดย ผู้ซื้อรับภาระในการดำเนินการ ค่าใช้จ่าย ความเสี่ยงหลังจากการส่งมอบของแล้ว เช่น การขนของขึ้นพาหนะขนส่ง การผ่านพิธีการส่งออก เป็นต้น ข้อตกลงนี้เหมาะสำหรับการค้าในประเทศ อาจใช้ในกรณีที่มีการขนส่งมากกว่าหนึ่งรูปแบบ

2. FOB (Free On Board)

ผู้ขายส่งมอบของลงเรือ ณ ท่าส่งออกที่ได้ระบุไว้ ผู้ซื้อต้องรับภาระค่าใช้จ่าย ทั้หมดรวมทั้งความเสี่ยงต่อความเสียหายหรือสูญหายที่เกิดขึ้นเมื่อของอยู่บนเรือข้อตกลงนี้ใช้กับการขนส่งทางทะเลหรือทางน้ำในแผ่นดินเท่านั้น

3. CFR (Cost and Freight)

ผู้ขายส่งมอบของโดยนำไปวางไว้บนเรือ ณ ท่าเรือปลายทางที่ระบุ หรือ ณ จุดใดจุดหนึ่งที่ท่าเรือนั้น ผู้ขายชำระค่าใช้จ่ายและค่าขนส่งเพื่อการส่งของถึงปลายทางตามที่ระบุไว้ ผู้ซื้อรับภาระความเสี่ยงต่อการเสียหายหรือสูญหาย รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากเหตุใด ๆ หลังจากที่ได้ขนของขึ้นบนเรือ ณ ท่าส่งออก ข้อตกลงนี้ใช้กับการขนส่งทางทะเลหรือทางน้ำในแผ่นดินเท่านั้น

4. CIF – (Cost, Insurance & Freight)

ผู้ขายส่งมอบของที่ทำเรือปลายทางที่กำหนด ผู้ขายมีภาระเช่นเดียวกับ CFR ผู้ขายเป็นผู้ทำสัญญาบริหารจัดการขนส่งสินค้า และทำสัญญาประกันภัยเพื่อความเสี่ยงภัยต่อการเสียหายหรือสูญหายระหว่างการขนส่งจนถึงปลายทางด้วยความเสี่ยงและค่าใช้จ่ายของตนเอง ข้อตกลงนี้ใช้กับการขนส่งทางทะเลหรือทางน้ำในแผ่นดินเท่านั้น

5. DDP (Delivered Duty Paid)

ผู้ขายส่งมอบของ ณ สถานที่ที่ผู้ซื้อระบุในสัญญา โดยผู้ขายรับภาระความเสี่ยงและค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกี่ยวกับการขนส่งของไปยังสถานที่ปลายทาง ผู้ขายเป็นผู้ผ่านพิธีการส่งออกและพิธีการนำเข้า รวมทั้งชำระค่าภาษีอากร และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบของดังกล่าวจนถึงสถานที่ปลายทาง ข้อตกลงนี้อาจใช้ในกรณีที่มีการขนส่งมากกว่าหนึ่งรูปแบบ

6. DDU (Delivered Duty Unpaid)

ผู้ขายส่งมอบของให้กับผู้ซื้อ ณ สถานที่ตามที่ได้ตกลงกันไว้ โดยพร้อมที่จะขนลงจากพาหนะขนส่ง ผู้ขายมีความเสี่ยงในความเสี่ยงของสินค้า และต้องชำระค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าจนถึงสถานที่ของผู้ซื้อ รวมทั้งมีหน้าที่ผ่านพิธีการส่งออก แต่ไม่ต้องรับผิดชอบการผ่านพิธีการนำเข้า ข้อตกลงนี้อาจใช้ในกรณีที่มีการขนส่งมากกว่าหนึ่งรูปแบบ

(ที่มา: <http://www.hps-trade.co.th/about-incoterms?lang=th>)

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับประกันภัย

ประกันภัยสำหรับสินค้าขนส่งทางเรือเรานำความเชี่ยวชาญของการเป็นผู้รับพิจารณาประกันภัยที่มากด้วยประสบการณ์มาใช้ในการสร้างโซลูชันที่ออกแบบให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายในการขนส่งสินค้าที่หลากหลาย ประกันภัยสำหรับเรือบรรทุกสินค้าของเราช่วยให้คุณเข้าถึงทีมจัดการด้านความเสี่ยงของเราซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการสำรวจสถานที่เกิดเหตุและเจ้าหน้าที่แนะนำด้านการควบคุมความเสียหายซึ่งทำงานร่วมกับพนักงานจัดการสินไหมของเรอย่างใกล้ชิด ขอบเขตการดูแล

- ประกันภัยสำหรับสินค้าขนส่งทางเรือแบบระยะสั้น แบบเปิด และแบบรายปีสำหรับการขนส่งสินค้าทางเรือภายในประเทศและระหว่างประเทศ

- โซลูชันป้องกันความเสี่ยงสำหรับสินค้าที่ซับซ้อน มีอันตรายสูงกว่าไม่ได้มาตรฐานและไม่ปกติ

- ความคุ้มครองงานศิลปะที่มีมูลค่าสูง

- ประกันภัยคลังเก็บสินค้าของการขนส่งทางทะเล

- การขนส่งสินค้าที่สามารถเลือกซื้อความคุ้มครองเพิ่มสำหรับความเสียหายสืบเนื่อง

- ประกันภัยการขนส่งสินค้าทางเรือสำหรับการขนส่งสินค้ามูลค่าน้อย

- ประกันภัยสำหรับการขนส่งสินค้าเที่ยวเดียว

- ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าพร้อมสิทธิในการเลือกซื้อความคุ้มครองสินค้า

- ประกันภัยสำหรับการขนส่งสินค้าทางรถบรรทุก

- ระบบเสนอราคาและ/หรือออกใบรับรองการประกันภัยสำหรับสินค้าขนส่งทางเรือทางเว็บไซต์เราสามารถเสนอความคุ้มครองที่มีข้อจำกัดสูงสุดได้สูงสุดถึง 25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อการขนส่งต่อเที่ยว พร้อมทั้งมีขีดความสามารถในการซื้อประกันภัยเพิ่มโดยผ่านบริษัทที่เป็นสมาชิกในกลุ่มของซันบับ

ประกันภัยสำหรับการขนส่งสินค้า เราสามารถให้บริการโซลูชันและสิทธิประโยชน์มากมายแก่บริษัทขนส่งต่าง ๆ ที่ได้รับใบอนุญาตภายใต้ข้อกำหนดของตัวกลางด้านการประกันภัยภายในประเทศหรือบริษัทที่มีการจัดการผ่านทางตัวกลางภายนอกที่ได้รับอนุญาตโซลูชัน

- ระบบ CargoAdvantage® ของ Chubb เป็นระบบการเสนอราคาและการออกประกันภัยการขนส่งทางทะเลให้กับผู้ขนส่งสินค้าทางเรือทางเว็บไซต์ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของซันบับ

- ครอบคลุมการคุ้มครองความรับผิดชอบของการขนส่งสินค้าหลายประเภทและความรับผิดทางวิชาชีพ

- การประกันภัยการขนส่งทางทะเลหรือความรับผิดด้านการขนส่งทางทะเลเพิ่มเติมสำหรับการจัดการตามสัญญาที่ต้องการความคุ้มครองจำกัดเพิ่มขึ้นและ/หรือตัวเลือก

การคุ้มครองที่ครอบคลุมกว้างกว่านอกจากนี้ เรายังสามารถทำงานกับธุรกิจที่มีหน้าร้าน ผู้ค้าปลีกออนไลน์และผู้ให้บริการขนส่งเพื่อพัฒนาความคุ้มครองของประกันภัยการขนส่งสินค้าทางเรือ ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองลูกค้าจากความเสียหายที่สินค้าที่ซื้อจากทั้งทางหน้าร้านหรือทางออนไลน์จะสูญหาย หรือได้รับความเสียหาย

สิทธิประโยชน์

- ระบบ CargoAdvantage ของ Chubb
- โซลูชันการจัดการความเสี่ยงที่ออกแบบได้ตามความต้องการ
- การปฏิบัติตามหลักการของระบบขนส่งและการขนส่งแบบแผนงานที่

อย่างมีแบบแผน

- ผู้ให้บริการประกันภัยการขนส่งทางทะเลที่เปี่ยมประสบการณ์
- จำนวนเงินเอาประกันสูง
- ดูแลความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าในระยะยาว
- โปรแกรมในระดับนานาชาติที่ออกแบบให้ตอบสนองความต้องการแต่ละแบบประกันภัยตัวเรือและประกันภัยพิเศษ

นอกจากผลิตภัณฑ์ที่ให้ความคุ้มครองสินค้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของเราแล้ว เรายังเสนอความคุ้มครองรูปแบบต่างๆ สำหรับเจ้าของเรือ ผู้จัดการเรือ และผู้เช่าเรือเหมาลำ เช่น การประกันภัยตัวเรือและเครื่องจักร การประกันมูลค่าที่เพิ่มขึ้น การประกันภัยสงคราม การประกันภัยคอกเบียร์ การสูญเสียน้ำมันเชื้อเพลิง การปล้นชิง และการปล้นชิง เรามีโซลูชันสำหรับความรับผิดชอบสำหรับธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางทะเล ได้แก่ ผู้ประกอบการขนส่งทางทะเล การทำเรือ อยู่ซ่อมเรือ ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าขึ้น-ลงเรือ และสถานีขนส่ง

สิทธิประโยชน์

- ดูแลความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าในระยะยาว
- ผู้ให้บริการประกันภัยการขนส่งทางทะเลที่เปี่ยมประสบการณ์
- ผลิตภัณฑ์ประกันภัยตัวเรือแบบความรับผิดชอบต่างๆ
- ความคุ้มครองที่ออกแบบได้ตามต้องการ
- เครือข่ายผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนทั่วโลก
- โซลูชันการจัดการความเสี่ยงที่ออกแบบได้ตามความต้องการ

ประกันความรับผิดชอบต่อบริการทางทะเล

ความเสียหายของสินค้าที่ขนส่งทางเรือ, ความเสียหายของตัวเรือ, อุบัติเหตุต่อคลังเก็บสินค้า อุตสาหกรรมการขนส่งสินค้าทางทะเลเผชิญกับความท้าทายหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าคุณจะให้บริการบนบกหรือทางทะเลก็ตาม แพคเกจประกันความรับผิดชอบบริการขนส่งทางทะเล (MSL) ของ Chubb นำเสนอโซลูชันการประกันภัยที่ครอบคลุมที่จะช่วยคุ้มครองธุรกิจของคุณจากความรับผิดชอบตั้งแต่การบาดเจ็บเป็นรายบุคคลไปจนถึงความเสียหายของบุคคลที่สามความเชี่ยวชาญเฉพาะตลาด Chubb มีให้ความสำคัญกับการออกแบบความคุ้มครองให้ครอบคลุมความเสี่ยงต่างๆ แก่ผู้รับเหมาที่ดำเนินงานด้านการซ่อมบำรุงต่างๆ อาทิ อยู่ซ่อมเรือ อยู่ต่อเรือตลาดเป้าหมายของเรายังรวมถึงผู้ให้บริการการขนส่งทางทะเลด้านต่างๆ แก่ เรือเดินสมุทร อาทิ

- ทำเทียบเรือและทำจอดเรือ
- เติมน้ำมันเชื้อเพลิง
- คลังสินค้า
- อุปกรณ์สำหรับเล่นเรือ
- การทำความสะอาด
- อุปกรณ์สำหรับยก/ขนย้าย
- การควบคุมทางลาดสำหรับกั้วานเรือ
- ข้อมูลการเดินเรือ

ครอบคลุมอะไรบ้างประกันภัย MSL ของ Chubb คุ้มครองธุรกิจของคุณตั้งแต่การประกันความรับผิดแบบมาตรฐานอันประกอบด้วย ความรับผิดทางกฎหมายสำหรับการบาดเจ็บรายบุคคลและความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลที่สาม นอกจากนี้ยังรวมถึงการครอบคลุมความรับผิดต่อผู้ซ่อมเรือให้แก่ผู้รับเหมาที่ดำเนินงานด้านการซ่อมบำรุงและการผลิตเรือเดินสมุทรความคุ้มครองโดยย่อ:

- คุ้มครองความรับผิดต่อการบาดเจ็บของบุคคลที่สาม
- คุ้มครองความรับผิดของผลิตภัณฑ์
- คุ้มครองความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ทรัพย์สิน ประกอบด้วยเรือเดินสมุทรและชิ้นส่วนต่าง ๆ
- คุ้มครองความเสียหายซึ่งรวมถึงมูลค่าเต็มของเรือเดินสมุทรหรือชิ้นส่วนต่าง ๆ ของเรือเดินสมุทร

- เครื่องยนต์หรืออุปกรณ์ที่ถอดออกเมื่อเทียบฝั่งและความเสียหายต่อที่
ขนส่งทางเรือหรือที่ขนส่งจากเรือแล้ว

- ค่าชดเชยค่าใช้จ่ายในการขนย้ายซากที่ได้รับ ความเสียหายจากการที่เรือ
ได้รับความเสียหาย

- ครอบคลุมความเสียหายที่เป็นผลต่อเนื่องและค่าใช้จ่ายในการแก้ต่าง
ทางกฎหมาย

- ครอบคลุมการทดสอบและการใช้งานของระบบ – การออกทดลองเรือ
ในทะเล

- คุ้มครองความรับผิดตามกฎหมายส่วนเพิ่มสูงสุดถึง 5,000,000 ดอลลาร์
สหรัฐ

สิทธิประโยชน์กรมธรรม์นี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้เป็นโซลูชันถ่ายโอนความ
เสี่ยงที่มีประสิทธิภาพสำหรับผู้ประกอบการขนส่งและผู้รับเหมา ซึ่งจะช่วยให้มีช่องว่างระหว่าง
ความคุ้มครองความรับผิดทั่วไปและความคุ้มครองของผู้ซ่อมแซมเรือที่กฎหมายบังคับประกันภัย
สำหรับโปรเจกต์การขนส่งสินค้าเนื่องจากความต้องการด้านพลังงาน การขนส่ง และโครงสร้าง
พื้นฐานด้านอุตสาหกรรมของโลกกำลังเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ เช่นเดียวกับโอกาสในการแสวงหา
ผลประโยชน์จากธรรมชาติ ถ้าคุณทำธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหาและขนส่งจักรขนาดใหญ่เพื่อ
ตอบสนองความต้องการเหล่านั้น หรือลงทุนในพลังงานสะอาดในประเทศที่พัฒนาแล้ว กรมธรรม์
นี้จะช่วยปกป้องความสูญเสีย ความเสียหาย และความล่าช้า ขอบเขตที่ครอบคลุมกรมธรรม์
ประกันภัยของเราครอบคลุมโปรเจกต์ต่างๆ ได้แก่

- โรงไฟฟ้าแก๊ส ถ่านหิน และนิวเคลียร์

- พลังงานสีเขียวจากแสงอาทิตย์ ลม น้ำ และมวลชีวภาพ

- ปิโตรเคมี กระดาษ และเชื้อ ไม้ รวมถึงพืชที่มีและไม่มีรากหลัก

- สะพานและอาคารต่าง ๆ ฝ่ายต่าง ๆ ที่ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานสำหรับ

โปรเจกต์โครงสร้างพื้นฐานสมัยใหม่ในปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตจำนวนมากใน
หลากหลายประเทศ ซึ่งแตกต่างกันไปตามผู้รับเหมาและเส้นทางการจัดส่งที่หลากหลายซับซ้อน
โดยเกี่ยวข้องทั้งการขนส่งทางบก ทางทะเล ทางแม่น้ำ ทางรถไฟ ทางถนน หรือทางอากาศ

(ที่มา: <https://www.chubb.com/th-th/business/marine.aspx>)

4. ลักษณะประเทศแอฟริกา

เป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในทวีปแอฟริกา มีภาคการเงินการธนาคาร และอุตสาหกรรมการผลิตที่แข็งแกร่ง เป็นประเทศผู้ส่งออกโดยเฉพาะเหล็ก ถ่านหิน และอัญมณีรายใหญ่ของโลก มีอุตสาหกรรมแร่ธาตุและการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ แอฟริกาได้มีระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งคือมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้ว (First World) ควบคู่ไปกับโครงสร้างของเศรษฐกิจที่ด้อยพัฒนา (Third World) ในชุมชนของคนผิวดำ พื้นฐานสำคัญของเศรษฐกิจคือ อุตสาหกรรมการผลิตแร่และการเกษตร แต่ปัจจุบันสาขาอุตสาหกรรมได้ขยายตัวขึ้นและทำรายได้มากที่สุด ทั้งนี้ ภาวะวิกฤติการเงินโลกไม่ส่งผลกระทบต่อระบบธนาคาร และสถาบันการเงินในแอฟริกาได้อย่างรุนแรงนัก เนื่องจากแอฟริกาได้มีกฎระเบียบทางการเงินที่เข้มงวดและธนาคารหลักในแอฟริกาได้มักพึ่งพาเงินทุนสำรองระหว่างกันและกันมากกว่าที่จะหาแหล่งเงินกู้จาก ต่างประเทศ

ข้อมูลการค้า-การลงทุน

แอฟริกาใต้ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศประมาณ 405.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รายได้ประชาชาติต่อหัวราว 10,977 ดอลลาร์สหรัฐ และมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจร้อยละ 3.1 ซึ่ง อุตสาหกรรมการเกษตรของแอฟริกาใต้มีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 15 ของ GDP มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณร้อยละ 12 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ โดยร้อยละ 22 ของพื้นที่เพาะปลูกนี้จัดเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพและดินมีคุณภาพสูง มีระบบชลประทานที่ดี ทั้งนี้ พืชไรในแอฟริกาใต้ที่ผลิตมากที่สุดคือ ข้าวโพด (ประมาณ 8 ล้านตันต่อปี) ทั้งเพื่อการบริโภคและเลี้ยงสัตว์นอกจากนี้ยังมีผลผลิตที่สำคัญอื่น ๆ เช่น ข้าวสาลี อ้อย เมล็ดทานตะวันผลิตได้ประมาณ 1 ล้านตันต่อปี เป็นอันดับ 12 ของโลก ผลผลิตพืชสวนที่สำคัญคือ ส้ม ซึ่งผลิตกว่าปีละ 3 ล้านตัน ส่วนผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่สำคัญคือ สัตว์ปีก ผลิตปีละ 15 ล้านตัน/เนื้อวัว ผลิตกว่าปีละ 11 ล้านตันประเทศคู่ค้าที่สำคัญของแอฟริกาใต้ คือ เยอรมนี อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส และอิตาลี คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 ของการนำเข้ารวมทั้งสิ้นของแอฟริกาใต้ จีน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม ฝรั่งเศส ได้หวนชิมบับเว ไทย มาเลเซีย แคนาดา สิงคโปร์ และบราซิล เป็นต้นแอฟริกาใต้เป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทยในทวีปแอฟริกาและเป็นตลาดส่งออกข้าวที่ใหญ่ที่สุดในอนุภูมิภาคแอฟริกาตอนใต้ และไทยเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของแอฟริกาใต้ในกลุ่มประเทศอาเซียน การค้าระหว่างไทยกับแอฟริกาใต้มีมูลค่ารวม 3,575 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยส่งออก 2,202.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นำเข้า 1,373 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไทยได้ดุลการค้า 828.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สินค้าหลักที่ไทยส่งออกได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ข้าว เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ อาหารทะเล

กระป๋องและแปรรูป สำหรับสินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากแอฟริกาได้ ได้แก่ สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์ เยื่อกระดาษและเศษกระดาษ เคมีภัณฑ์ เครื่องเพชรพลอย และอัญมณี

กฎระเบียบการทำธุรกิจ

- นักลงทุนต่างชาติสามารถเข้ามาลงทุนได้ 100% ยกเว้นกิจการประเภท การสื่อสารโทรคมนาคม (30%) และสถานีโทรทัศน์ (20%)

- การลงทุนในบางกิจกรรมจะต้องผ่านการพิจารณาจากหน่วยงานกำกับดูแลในสาขาของกิจการนั้นๆ เช่น The Financial Services Board (FSB) ซึ่งกำกับดูแลสถาบันการเงินและการธนาคาร

- แอฟริกาใต้มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ต้องศึกษาและป้องกันการเกิดปัญหา ในภายหน้า เช่น กฎหมายว่าด้วยการแข่งขัน กฎหมายแรงงาน และกฎหมายเกี่ยวกับสภาพสิ่งแวดล้อม

- อนุญาตให้นักลงทุนโอนเงินกลับประเทศได้

- นักลงทุนต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของที่ดินและสิ่งก่อสร้างได้

- นักลงทุนต่างชาติจะต้องได้รับการเห็นชอบจากธนาคารกลางก่อนจึงจะสามารถกู้เงินลงทุนจากสถาบันการเงินของแอฟริกาใต้

- มีการควบคุมการโอนเงินออกต่างประเทศ โดยโอนได้ไม่เกิน 50,000 แรนด์ หรือเป็นเครื่องจักรให้โอนได้เงินล่วงหน้าได้ไม่เกิน 1 ใน 3 ของมูลค่าเครื่องจักร

- แอฟริกาใต้ตั้งกำแพงภาษีนำเข้าสินค้าสิ่งทอ โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือร้อยละ 40 เพื่อเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศ

- การออกใบอนุญาตนำเข้า (Import Permit) จะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นๆ เป็นผู้รับผิดชอบพิจารณาการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้นำเข้า เช่น การนำเข้าสินค้าอาหารประเภทเนื้อ ไก่ หมู หรืออาหารกระป๋อง จะต้องได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงเกษตรและกิจการที่ดินของแอฟริกาใต้ ซึ่งจะเป็นผู้พิจารณา

- ระบบภาษีนำเข้า ได้มีการลดอัตราภาษีสำหรับเส้นใยจะเหลือร้อยละ 7.5 ด้ายร้อยละ 15 ผ้าฝ้ายร้อยละ 22 เคหะสิ่งทอร้อยละ 30 และเสื้อผ้าร้อยละ 40 แต่ยังคงมีการปรับเพิ่มอัตราภาษีศุลกากรในช่วงบางเวลาอยู่ด้วยหากทางการแอฟริกาใต้พิจารณาเห็นว่ามีความจำเป็นการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามามาก โดยใช้บทเฉพาะกาลตามข้อกำหนดใน WTO

นโยบายการส่งเสริมการลงทุน นโยบายการค้าระหว่างประเทศ เช่น นโยบายการค้าเสรี (FTA) กับประเทศในทวีปยุโรป ลาตินอเมริกา สหรัฐฯ จีน อินเดีย เกาหลี และไนจีเรีย นโยบาย Finding Strategic Partner กับบราซิล สหรัฐฯ อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน สวีเดน รัสเซีย จีน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และอินเดีย นโยบาย Regional Development โดยการพัฒนาในกลุ่ม SADC เช่น การลดภาษีนำเข้าระหว่างกัน และการใช้นโยบาย Butterfly Strategy เพื่อการพัฒนาร่วมกัน โดยให้ทวีปแอฟริกาเป็นศูนย์กลาง และให้ตลาดสำคัญเป็นพันธมิตร อาทิ อเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้ นโยบายความตกลงทางการค้าอนุภูมิภาคแอฟริกา เช่น การได้รับสิทธิพิเศษ GSP และการยกเว้นภาษีนำเข้าจากสหภาพยุโรป และประเทศผู้ให้อื่นๆ

นโยบายการลงทุน ค่อนข้างที่จะมีเสรีภาพในการเข้าไปลงทุนในประเทศแอฟริกาใต้ เนื่องจากรัฐบาลได้กำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ เช่น นโยบาย Growth Employment and Redistribution (GEAR) ส่งเสริมเงินลงทุนระยะยาวแทนการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแก่นักลงทุน จัดหาแหล่งเงินทุนระยะยาวผ่านสถาบันการเงินของรัฐ ฯลฯ

ความตกลงที่สำคัญระหว่างไทยกับแอฟริกาใต้

- ความตกลงการบริการคมนาคมทางอากาศ
- อนุสัญญาเพื่อยกเว้นการเก็บภาษีซ้ำซ้อนระหว่างกัน
- ความตกลงยกเว้นการตรวจสอบ ลงตราหนังสือเดินทางทูต และราชการ
- ความตกลงทางการค้า
- ความตกลงจัดตั้งคณะกรรมการร่วมทางการค้า

สิทธิประโยชน์

รัฐบาลแอฟริกาใต้ ได้ให้สิทธิพิเศษแก่นักลงทุนต่างชาติในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาษีรายได้ ภาษีศุลกากร การนำเข้าเครื่องจักร วัตถุดิบ และการอำนวยความสะดวกในการส่งออกไปยังประเทศที่สามด้วยแอฟริกาใต้เป็นส่วนหนึ่งของเขตการค้าเสรีของกลุ่มประชาคมเพื่อการพัฒนาแห่งภูมิภาคแอฟริกาตอนใต้ (SADC) และบรรลุข้อตกลงว่าด้วยการจัดตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างแอฟริกาใต้และสหภาพยุโรป ตลอดจนอยู่ระหว่างการเจรจาจัดตั้งเขตเสรีการค้ากับสหรัฐอเมริกา ซึ่งข้อตกลงเหล่านี้จะเป็นโอกาสที่เปิดกว้างให้กับนักลงทุนที่ต้องการเข้าไปลงทุนในแอฟริกาใต้สินค้านี้ส่วนใหญ่ นอกจากจะใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศแล้วยังส่งผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้านโดยไม่ต้องเสียภาษีการนำเข้าภายในกลุ่มประเทศสมาชิก SACU ได้แก่ บอต

สวานา นามิเบีย สวาซิแลนด์ เลโซโทมีนโยบายสร้างความเข้มแข็งให้ชนผิวดำพื้นเมือง (Black Economic Empowerment: BEE) ด้วยการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับบริษัทที่มีการว่าจ้างแรงงานคนพื้นเมือง

ประเด็นท้าทายในการทำธุรกิจ รัฐบาลแอฟริกาใต้ ได้ให้สิทธิพิเศษแก่นักลงทุนต่างชาติในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาษีรายได้ ภาษีศุลกากร การนำเข้าเครื่องจักร วัตถุดิบ และการอำนวยความสะดวกในการส่งออกไปยังประเทศที่สามด้วยแอฟริกาใต้เป็นส่วนหนึ่งของเขตการค้าเสรีของกลุ่มประชาคมเพื่อการพัฒนาแห่งภูมิภาคแอฟริกาตอนใต้ (SADC) และบรรลุข้อตกลงว่าด้วยการจัดตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างแอฟริกาใต้และสหภาพยุโรป ตลอดจนอยู่ระหว่างการเจรจาจัดตั้งเขตเสรีการค้ากับสหรัฐอเมริกา ซึ่งข้อตกลงเหล่านี้จะเป็นโอกาสที่เปิดกว้างให้กับนักลงทุนที่ต้องการเข้าไปลงทุนในแอฟริกาใต้สินค้าส่วนใหญ่นอกจากจะใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศแล้วยังส่งผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้านโดยไม่ต้องเสียภาษีการนำเข้าภายในกลุ่มประเทศสมาชิก SACU ได้แก่ บอตสวานา นามิเบีย สวาซิแลนด์ เลโซโทมีนโยบายสร้างความเข้มแข็งให้ชนผิวดำพื้นเมือง (Black Economic Empowerment: BEE) ด้วยการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับบริษัทที่มีการว่าจ้างแรงงานคนพื้นเมือง

(ที่มา : <http://globthailand.com/market>)

5.นิยามศัพท์

ลำดับ	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	ความหมาย
1	กลุ่มสินค้า	Bulk Cargo	สินค้าเทกอง คือสินค้าที่ขนส่งคราวละมากๆ โดยไม่มีภาชนะบรรจุสินค้า
2	การรวบรวมสินค้า หรือ การรวมสินค้า	Consolidation	สิ่งปลูกสร้างที่มีไว้เพื่อใช้ในการพักและเก็บรักษาสินค้าในปริมาณที่มาก กิจกรรมของคลังสินค้าส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือวัตถุดิบ การจัดเก็บโดยไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพหรือแตกหักเสียหาย
3	การส่งออก	Export	การจัดส่งสินค้าและบริการจากต้นทางสู่ปลายทางในทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ โดยผู้ส่งสินค้าหรือบริการออก
4.	กรมธรรม์ประกันภัย	Insurance	ตราสารที่มีลายมือชื่อของผู้รับประกันภัยและมีรายการแสดงวัตถุที่เอาประกันภัย วันที่เริ่มต้นและสิ้นสุดสัญญา และอื่นๆ ตามที่กฎหมายบังคับ
5	ขั้นตอนการทำพิธีการศุลกากร	Customs clearance	ในการนำเข้าสินค้า ผู้นำเข้าจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และประกาศที่กรมศุลกากรและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กำหนดไว้ให้ถูกต้องครบถ้วน

ลำดับ	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	ความหมาย
6	ขาดดุลการค้า	(Deficit Balance of Trade)	คือการเปรียบเทียบระหว่างผลต่างมูลค่าการนำเข้าสินค้ากับมูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศ โดยทั่วไประยะเวลาที่ใช้เปรียบเทียบ คือ รายเดือน รายไตรมาส และรายปี ซึ่งถ้านำเข้ามากกว่าส่งออกแสดงว่าขาดดุลการค้า
7	ข้อมูลสถิติของการส่งออก	Statistical data of exports	ข้อเท็จจริงของการส่งออกสินค้า ซึ่งอาจจะเป็นตัวเลขหรือข้อความก็ได้
8	ค่าคืนผู้สินค้าที่ช้าเกินกว่าเวลาที่กำหนด	DETENTION	เป็นค่าใช้จ่ายในขณะที่ผู้สินค้าอยู่บนบก แต่จะถูกเรียกเก็บเพิ่มเมื่อเกินกำหนดเวลาที่ทางสายเรือแต่ละสายกำหนดไว้
9	ค่าใช้จ่ายที่ท่าในการเคลื่อนย้ายผู้สินค้า	THC (Terminal Handling Charge)	ค่าใช้จ่ายในการนำตู้คอนเทนเนอร์ลงจากเรือ หรือค่าย้ายตู้ คอนเทนเนอร์หน้าท่าเรือไปยังลาน
10	ค่าธรรมเนียมที่เมืองท่าปลายทาง	FREIGHT COLLECT /PAYABLE AT DESTINATION	ค่าธรรมเนียมในการขนส่งสิ่งของไปที่เมืองท่าปลายทางของสินค้า
11	ค่าเอกสาร	DOC. FEE	ค่าใช้จ่ายในการทำเอกสาร
12	ค่าธรรมเนียมที่ต้นทาง	FREIGHT PRE-PAID/FREIGHT PAID	ค่าบริการจ่ายล่วงหน้าในการขนส่งสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทาง
13	เครื่องหมายและเลขหมายหีบห่อของสินค้า	MARK & NO.	ข้อความ สัญลักษณ์ หรือตัวเลข ที่ระบุไว้บนแต่ละหีบห่อของสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้านั้นเป็นของตามใบตราส่งใด
14	ตัวแทนผู้รับขนส่งผู้ออกไปตราส่ง	CARRIER'S AGENT	ตัวแทนผู้รับขนส่งผู้ออกไปตราส่ง

ลำดับ	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	ความหมาย
15	ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 20 ฟุต	TEU (TWENTY FOOT EQUIVALENT UNIT)	คอนเทนเนอร์เก็บสินค้าที่มีขนาด 20 ฟุต
16	ตัวปรับสกุลค่าระวางเรือ	CAF (Currency Adjustment Factor)	ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นค่าใช้จ่ายที่บริษัทเรือเรียกเก็บเพิ่มเติมจากค่าระวางปกติ
17	ตรวจสอบข้อมูลของผู้ส่งออก	Check exporter's information	ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล เป็นการตรวจสอบรายการต่างๆของผู้ส่งออก ได้มีการบันทึกครบถ้วนทุก รายการที่กำหนดหรือไม่ ตรวจสอบความถูกต้องและความแนบแน่นของข้อมูล
18	ตัวปรับค่าน้ำมัน	BAF (Bunker Adjuster Factor)	ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น เป็นค่าใช้จ่ายที่บริษัทเรือเรียกเก็บเพิ่มเติมจากค่าระวางปกติ
19	ตัวแทนสายเดินเรือ	Shipping agent	ผู้รับมอบอำนาจจากเจ้าของเรือ ให้เป็นผู้ดำเนินการแทนเจ้าของเรือ ณ เมืองท่าต้นทางและเมืองท่าปลายทาง ตัวแทนสายเดินเรือมีหน้าที่โดยทั่วไป
20	ต้นทุนการส่งออก	Cost of export	ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินการผลิตสินค้า หรือบริการ
21	ท่าต้นทางที่ส่งออก	PORT OF LOADING	เมืองท่าต้นทางที่ส่งออก
22	ท่าขนถ่าย, การขนถ่าย	DISCHARGE PORT	เมืองท่าที่ขนถ่ายสินค้าลงจากเรือ
23	เที่ยวเรือ	VOY.NO. / VOY- AGE NO.	หมายเลขเส้นทางของเที่ยวเรือ
24	ท่าเรือปลอดภาษี	FREE PORT	ท่าเรือปลอดภาษี

ลำดับ	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	ความหมาย
25	น้ำหนักสินค้าที่ใช้คำนวณ ค่าระวาง	CHARGEABLE WEIGHT	น้ำหนักสินค้าที่ใช้คำนวณค่าระวาง
26	ที่ทำการ	office	ห้องหรือพื้นที่อื่นที่ผู้คนทำงาน (ซึ่ง เรียกว่าพนักงาน เจ้าพนักงาน หรือ เจ้าหน้าที่) และอาจแสดงถึง ตำแหน่งภายในองค์กรอันมีกิจ เฉพาะที่ต้องทำในสำนักงาน บริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ มักมี สำนักงานเป็นส่วนหนึ่งหรือทั้งหมด อยู่ในสถานที่ตั้งทางการ
27	ใบคำร้อง	Application form	คำขอที่ยื่นต่อราชการหรือกรม ศุลกากร เพื่อให้ทำกรอย่างใดอย่าง หนึ่งให้แก่ผู้ร้อง
28	ใบตราส่งสินค้าทางเรือ	BILL OF LADING	ใบขนของซึ่งบริษัทขนส่งหรือ บริษัทเดินเรือออกให้แก่ผู้ส่งสินค้า
29	ใบส่งปล่อยสินค้า	DELIVERY ORDER	ใบส่งมอบสินค้า, ใบส่งปล่อยสินค้า
30	บัญชีสินค้าที่บรรทุกมา กับเรือ	MANIFEST	บัญชีสินค้าที่บรรทุกมากับเรือ
31	ใบรับสินค้าในเบื้องต้น จากต้นหนของเรือเดิน สมุทร	MATE'S RECEIPT	ใบรับสินค้าในเบื้องต้นจากต้นหน ของเรือเดินสมุทร
32	บัญชีราคาสินค้า	Product price list	เป็นเอกสารที่ผู้ส่งสินค้าจัดทำขึ้น เพื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า เช่น รายการจำนวนสินค้า น้ำหนัก ราคาต่อหน่วย ราคารวมเครื่องหมาย หีบห่อ ชื่อผู้ซื้อ เป็นต้น บัญชีราคา สินค้าหรือใบกำกับราคาสินค้า

ลำดับ	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	ความหมาย
33	ใบอนุญาตหรือหนังสือรับรอง	License or certificate	หนังสือรับรองฯ ที่ออกให้แก่ผู้ส่งออกเพื่อรับรองว่าสินค้าที่ระบุในหนังสือรับรองฯ มีแหล่งกำเนิดจากประเทศผู้ส่งออกหนังสือรับรองฯ จริง และใช้เป็นเอกสารประกอบการนำเข้าตามระเบียบการนำเข้าของประเทศปลายทาง
34	ใบแนบใบสินค้าขาออก	Attachment of outgoing product	เอกสารที่ผู้ซื้อสินค้าจัดทำขึ้นหลังจากที่ได้รับสินค้าจากผู้ขายสินค้า ผู้ซื้อจะต้องทำการตรวจนับสินค้าคู่กับใบกำกับสินค้าที่ผู้ขายสินค้าส่งมาให้ว่าถูกต้องตรงตามที่สั่งหรือไม่เมื่อถูกต้องแล้วก็จัดทำใบรับสินค้าส่งไปให้ผู้ขายสินค้า
35	ประมาณการของวันที่ที่เรือจะเข้าถึงท่าปลายทาง	E.T.A. (ESTIMATE TIME OF ARRIVAL)	ประมาณการของวันที่ที่เรือจะเข้าถึงท่าปลายทาง
36	ประมาณการของวันที่ที่เรือจะออกจากท่าต้นทาง	E.T.D. (ESTIMATE TIME OF DEPARTURE)	ประมาณการของวันที่ที่เรือจะออกจากท่าต้นทาง
37	เรือเดินสมุทรที่ผู้ประกอบกิจการเป็นเจ้าของเรือด้วย	V.O.C.C. (VESSEL OPERATING COMMON CARRIER)	เรือเดินสมุทรที่ผู้ประกอบกิจการเป็นเจ้าของเรือด้วย
38	รายการสินค้า	DESCRIPTION OF GOODS	เนื้อหาจำลองแบบเรียบๆ ที่ใช้กันในธุรกิจงานพิมพ์หรืองานเรียงพิมพ์มันได้กลายมาเป็นเนื้อหาจำลองมาตรฐานของธุรกิจ
39	ราคาสินค้าที่สำแดงต่อศุลกากร	DECLARED VALUE FOR CUSTOMS	ราคาสินค้าที่สำแดงต่อศุลกากรใน AWB

ลำดับ	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	ความหมาย
40	ระดับราคา	Price level	ความสามารถทาง การเงินที่จะซื้อสินค้าและบริการ เมื่อจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการเปลี่ยนไปตามระยะเวลา อำนาจซื้อของเงินจะเปลี่ยนแปลงไปตามราคาของสินค้าหรือบริการที่เปลี่ยนแปลงตามอุปสงค์
41	เรือเดินสมุทรที่ใช้ขนส่งสินค้าด้วยตู้สินค้า	CONTAINER CARRIER	เรือเดินสมุทรที่ใช้ขนส่งสินค้าด้วยตู้สินค้า
42	ระบุสถานที่	EXW	ผู้ขายไม่ต้องทำอะไรเลย เป็นหน้าที่ของผู้ซื้อที่จะต้องจัดการขนส่งสินค้าเองตั้งแต่ออกจากคลังสินค้าของผู้ขาย ค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงตกอยู่กับผู้ซื้อทั้งสิ้น
43	ระบุสถานที่	FCA	ผู้ขายส่งสินค้าให้ถึงจุดหรือสถานที่รับสินค้าที่อยู่ภายใต้ความอารักขาของผู้รับขนส่งสินค้า
44	ระบุท่าต้นทาง	FAS	ผู้ขายส่งสินค้าให้ถึงข้างลำเรือที่ทำหากเรือทอดสมอยู่กลางทะเลก็ ต้องลำเลียงโดยเรือเล็กไปจนถึงข้างเรือใหญ่ กรณีนี้ ผู้ขายต้องจัดการส่งออกให้เรียบร้อย
45	ระบุท่าต้นทาง	FOB	ผู้ขายส่งสินค้าให้ถึงบนเรือ และความเสี่ยงจะเปลี่ยนข้างจากผู้ขายไปตกอยู่กับผู้ซื้อตั้งแต่วันที่ที่สินค้าถูกยกข้ามพื้กราบเรือไปเหนือลำเรือแล้ว ภาระในการส่งออก

ลำดับ	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	ความหมาย
46	ระดับต้นทุน	Cost level	จำนวนเงินที่ได้จ่ายไปในการซื้อสินค้า ข้าวของ วัตถุดิบ ต่างๆ นานา จิปาถะ เพื่อนำมาผลิตหรือขายสินค้า เพื่อให้ก่อให้เกิดรายได้คือยอดขายอีกที โดยเริ่ม
47	ระบุท่าปลายทาง	CFR	เช่นเดียวกันกับ FOB ข้างบน หากแต่ว่าผู้ขายต้องชำระค่าระวางในการขนส่งทางเรือด้วย
48	ลดมูลค่าสินค้าเสื่อมสภาพ	Devalue	ลดมูลค่าสินค้าเสื่อม สภาพ
49	ลานตู้สินค้า	CY (Container Yard)	ลานที่เก็บตู้คอนเทนเนอร์ทั้งตู้เปล่า และตู้ที่บรรจุสินค้าแล้ว ลานนี้ตั้งอยู่ภายในบริเวณท่าเรือ หรือสถานีขนส่งสินค้า
50	เวลาในการขนส่ง		การประเมินเวลาในการจัดเตรียมสินค้าเพื่อจัดส่ง
51	วันที่ที่เรือจะเข้าถึงท่าปลายทาง	E.T.A (Estimate time of Arrival)	ประมาณการของวันที่ที่เรือจะเข้าถึงท่าปลายทาง
52	วันที่ที่เรือจะออกจากท่าต้นทาง	E.T.D (Estimate time of Departure)	คือที่วันแสดงกำหนดเรือออกจากท่าต้นทาง
53	วันที่ออกใบตรา	EXECUTED ON	วันที่ออกเอกสารซึ่งผู้ขนส่งออกให้แก่ผู้ส่งสินค้าเพื่อเป็นหลักฐานการรับขนของให้ตามข้อตกลง
54	สินค้าอันตราย	HAZARDOUS GOODS	เป็นสินค้าที่อยู่ระหว่างการขนส่งมีความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายต่อชีวิต ทรัพย์สิน และสิ่งแวดล้อมรวมถึงภาพลักษณ์

ลำดับ	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	ความหมาย
55	สินค้าเทกอง	BULK CARGO	คือสินค้าที่ขนส่งคราวละมากๆ โดยไม่มีภาชนะบรรจุสินค้า ใช้วิธีขนส่งโดยเทสินค้าลงในระวางเรือใหญ่ เช่น ปุ๋ย มันสำปะหลัง น้ำตาล ถ่านหิน
56	สินค้าผ่านแดน	INTRANSIT CARGO	การขนส่งของผ่านประเทศไทย จากด่านศุลกากรแห่งหนึ่งที่ขนส่งของเข้ามา ไปยังด่านศุลกากรอีกแห่งหนึ่งที่ขนส่งของออกไป ภายใต้การควบคุมของศุลกากร
57	สถานี บรรจุ / ส่งมอบสินค้า	CFS (CONTAINER FREIGHT STATION)	ส่งออกต้องนำสินค้าไปส่งมอบให้แก่ตัวแทนสายเดินเรือ ณ ที่ทำการของตัวแทนสายเดินเรือ ซึ่งตัวแทนสายเดินเรือจะทำการบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ด้วยตนเอง
58	สถานีตู้สินค้า ICD	I.C.D. (INLAND CONTAINER DEPOT)	สินค้าขาเข้าและสินค้าขาออก เรียกว่า โรงพักสินค้าเพื่อตรวจปล่อยของขาเข้าและบรรจุของขาออกที่ขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ นอกเขตท่าเทียบท่าเรือ ที่มีพิธีการศุลกากรเฉพาะสินค้าขา
59	สถานที่ส่งมอบสินค้าปลายทาง	PLACE AND DATE OF ISSUED	คำใช้จ่ายในการนำของลงจากเรือ และคำขนส่งสินค้าไปยังสถานที่ที่ผู้ซื้อระบุไว้ จนกระทั่งสินค้าพร้อมส่งมอบ ณ สถานที่ปลายทาง
60	เอกสารที่ใช้ในการเตรียมออกของ	Shipping Documents	ประกอบด้วย BL หรือ AWB, Commercial Invoice, Packing list

บทที่ 4

การวิเคราะห์สภาพปัญหา

จากการที่ได้ไปศึกษากระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกาของบริษัท กรีนสปอต จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจด้านการผลิตและการส่งออก ฉะนั้นผู้จัดทำโครงการจึงได้รวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์และนำมาใช้อ้างอิงในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองแบรนด์ไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกาของบริษัท กรีนสปอต จำกัด มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. รับออเดอร์จากลูกค้าต่างประเทศ
2. คำนวณค่าขนส่ง, ใช้ Space ให้คุ้มค่าที่สุด
3. ลงข้อมูลใน ระบบ SAP
4. บอกฝ่ายผลิตทำการผลิต
5. การขนส่งมี Space เรือตู้คอนเทนเนอร์ขนส่ง
6. ต่อรองราคากับสายเรือต่าง ๆ
7. Payment ติดตามการจ่ายเงิน
8. เรียกเก็บเงิน
9. ทำShippingตั้งแต่เริ่มรับออเดอร์
10. ลากตู้มาไว้ที่คลังโหลดสินค้าเข้าตู้
11. ส่งออกต้องแจ้งกรมศุลกากร
12. ลากตู้ไปที่ท่าเรือ
13. ยกคอนเทนเนอร์ขึ้นเรือ
14. รวบรวมเอกสารทั้งหมดให้ลูกค้า

2.เทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา

2.1 บริษัท กรีนสปอต จำกัด ได้ใช้ระบบ SAP ในการส่งออกเพื่อให้ฝ่ายผลิตทำการผลิตตามจำนวนที่เราระบุเอาไว้ในสัญญาซื้อขาย (sale contract)

3.ปัญหาและวิธีการแก้ปัญหาการส่งออกนมถั่วเหลืองไวตามิลค์ไปยังประเทศแอฟริกา

ปัญหาการส่งออก

1. การส่งออกนมถั่วเหลืองโดยการขนส่งทางเรือต้องใช้เวลาในการขนส่งจากประเทศไทยไปยังท่าเรือจำกัดจึงใช้เวลาค่อนข้างนาน

2. การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการส่งออกและปรับปรุงแก้ไขการขนส่งทางเรือเป็นไปได้ค่อนข้างยากเนื่องจากบริษัทไม่ได้มีการวางแผนด้านเพิ่มประสิทธิภาพด้านการส่งออก

3. บริษัทพบข้อบกพร่องในเรื่องเอกสารในด้านการส่งออกเนื่องจากเอกสารบางชนิดเกิดข้อผิดพลาดจำนวนสินค้าไม่ตรงตามเอกสาร

วิธีการแก้ไขปัญหา

1. จำเป็นต้องวางแผนในการส่งออกเพราะจำเป็นต้องทราบถึงวันและเวลาในการส่งออกเพื่อให้สามารถส่งออกสินค้าตามที่กำหนดของลูกค้าได้

2. วางแผนในด้านการส่งออกโดยการนำระบบการจัดการเข้ามาปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการส่งออก

3. บริษัทควรตรวจสอบเอกสารให้ละเอียดก่อนส่งออกสินค้าไปยังปลายทาง

4. นำความรู้ความเข้าใจที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาและนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพการศึกษา

สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการไปดูงานจริงมาประกอบในการเรียนในแต่ละรายวิชาให้เกิดการสอดคล้องภาคทฤษฎีและภาคของการทำงาน

การประกอบอาชีพ

สามารถนำไปทดสอบการวัดผลวิชาชีพเพื่อนำมาประกอบอาชีพและเป็นความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน รวมถึงกระบวนการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

5. นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำโครงการ

ปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสร้างคุณค่า จิตสำนึกใหม่ ให้พ้นจากความเอารัดเอาเปรียบผู้อื่นการจัดสรรเลือกการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ ประหยัดและคุ้มค่า เหมาะสมกับการใช้งานและศักยภาพอันจะนำไปสู่การประหยัดงบประมาณค่าใช้จ่ายเช่นค่าใช้จ่ายในการทำรายงานโดยการตรวจสอบข้อมูลให้ละเอียดและถูกต้องเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการป้อนรายงาน

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

เมื่อวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2562 คณะผู้จัดทำโครงการได้เข้าไปศึกษาดูงาน บริษัท กรีนสปอต จำกัด ซึ่งคณะผู้จัดทำได้ทำการศึกษากระบวนการส่งออกนมถั่วเหลืองไปยังประเทศแอฟริกาของบริษัท กรีนสปอต จำกัด กรณีศึกษาดังกล่าวโดยมีบทสรุปและข้อเสนอแนะดังนี้

สรุป

1. บริษัท กรีนสปอต จำกัด ได้มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ให้ถึงมือผู้บริโภคในประเทศแอฟริกาได้อย่างถูกต้องและตรงเวลา
2. ทางบริษัท กรีนสปอต จำกัด ได้นำระบบ SAP เข้ามาช่วยในเรื่องของการส่งออกเพื่อให้ได้การส่งออกสินค้าได้ตามจำนวนที่เราระบุไว้เพื่อสะดวกในการสื่อสารส่งข้อมูลให้แก่นักในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศแอฟริกา
3. ปัญหาจากการไม่ครบถ้วนและความถูกต้องของเอกสารการส่งออกไม่ตรงกับจำนวนสินค้า
4. การนำความรู้ที่ได้จากการไปศึกษาดูงานจริงมาเป็นส่วนช่วยในการเรียนและการทำงานให้เกิดประโยชน์ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. บริษัท กรีนสปอต จำกัด ควรนำเทคโนโลยี iSpot Solutions มาใช้ในการตรวจสอบการเคลื่อนที่ของตู้สินค้าคอนเทนเนอร์ ซึ่งสามารถที่จะติดตามตรวจสอบได้ตลอดเส้นทางการขนส่ง โดยไม่ขาดช่วงการติดตาม
2. บริษัทควรตรวจสอบเอกสารให้มีความละเอียดถี่ถ้วนมากขึ้น จะทำให้เอกสารมีความครบถ้วนและถูกต้องมากยิ่งขึ้น
3. บริษัทควรมีการตรวจนับสินค้าและผลิตภัณฑ์ละเอียดถี่ถ้วนมากยิ่งขึ้น จำนวนให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ครบถ้วนและถูกต้องมากยิ่งขึ้น

4. นำหลักเศรษฐกิจพอเพียงด้านการมีเหตุผลมาปรับใช้ในการจัดทำโครงการ โดยคำนึงถึงความพอเพียงอย่างมีเหตุผล การคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการจัดทำโครงการ เพื่อประหยัดต้นทุนในการจัดทำโครงการ

ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

1. power point ในการนำเสนอมีการจัดเรียงไม่ถูกต้องตามลำดับ
2. นำเสนอเกินเวลาที่กำหนด
3. ข้อมูลในการตอบคำถามมีน้อย

บรรณานุกรม

- การจัดทำเนื้อหาองค์ความรู้ ภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล. (2557). **พิธีการศุลกากรส่งออก**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 5 พฤศจิกายน 2562, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download.
- การค้า HPS. (2562). **เงื่อนไขการขนส่งระหว่างประเทศ**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 11 พฤศจิกายน 2562 จาก <http://www.hps-trade.co.th/about-inctoerms?lang=th>.
- โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (2537). **การเลือกสินค้าและการผลิต**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 5 พฤศจิกายน 2542, จาก <HTTP://KANCHANAPISEK.OR.TH>.
- ชัยบีระกันภัย. (2559). **ประกันภัยทางทะเล**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 11 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.chubb.com/th-th/business/marine.aspx>.
- ภัสรินทร์ วงศ์สวัสดิ์. (2557). **การศึกษาการสร้างศูนย์การขนส่งและกระจายสินค้า**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://department.utcc.ac.th/library/onlinethesis/259392.pdf>.
- ผลการดำเนินงานของสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2542). **การแก้ไขปัญหาการส่งออก**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562, จาก http://www.ops.moc.go.th/ewt_news.php?nid=224&filename=index.
- มารีนเนอร์ไทยคอตคอม. (2545). **การขนส่งทางทะเล**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://www.marinerthai.net/sara/viewsara1002.php>.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2555). **การส่งออก**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 13 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การส่งออก>
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2557). **ความสำคัญของการส่งออก**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 13 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>.
- ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์. (2557). **ลักษณะประเทศแอฟริกา**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 13 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://globthailand.com/market>.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

ใบบันทึกการปฏิบัติงานโครงการ

ภาคผนวก ข

ใบขอความอนุเคราะห์เข้าศึกษาดูงาน

บริษัท กรีนสปอต จำกัด

ภาคผนวก ค

ภาพบรรยากาศในการศึกษาดูงานภายใน

บริษัท กรีนสปอต จำกัด

ภาพการศึกษางานที่บริษัท กรีนสปอต จำกัด

1.



1

มอบกระเช้าให้กับหัวหน้าฝ่ายโลจิสติกส์ของบริษัท



1.2 เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับภายในบริษัท



1.3 เจ้าหน้าที่ได้พาชมภายในบริษัท



1.4 เจ้าหน้าที่ได้พาชมภายในคลังสินค้า



1.5 ภาพภายในคลังสินค้าของบริษัท



1.6 เจ้าหน้าที่สาธิตการแพ็คกล่องนมใส่ในลัง



1.7 เจ้าหน้าที่อธิบายการจัดเก็บสินค้าภายในคลัง



1.8 สินค้าที่ผ่านทุกกระบวนการขึ้นตอนการผลิตพร้อมจัดส่ง



1.9 ลังกระดาษที่ใช้ในการแพ็คขวดนมและกล่องยูเอชที



1.10 วัสดุคิป์ที่ใช้ในการผลิต



1.11 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตนมถั่วเหลือง

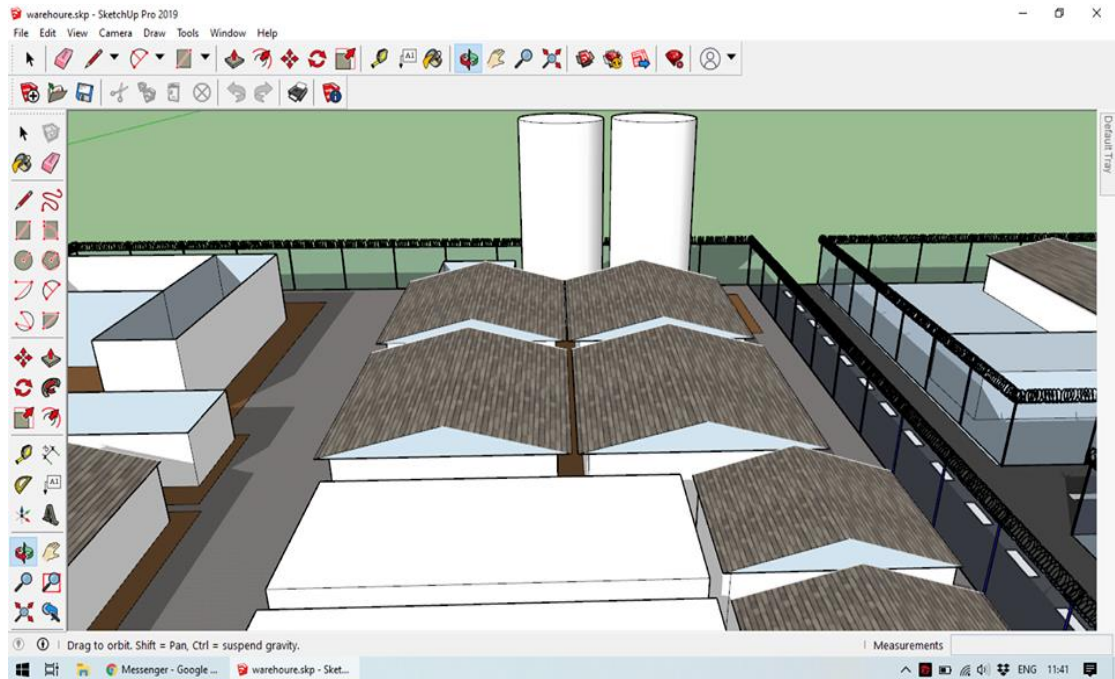


1.12 วิทยากรอธิบายขั้นตอนในการส่งออก

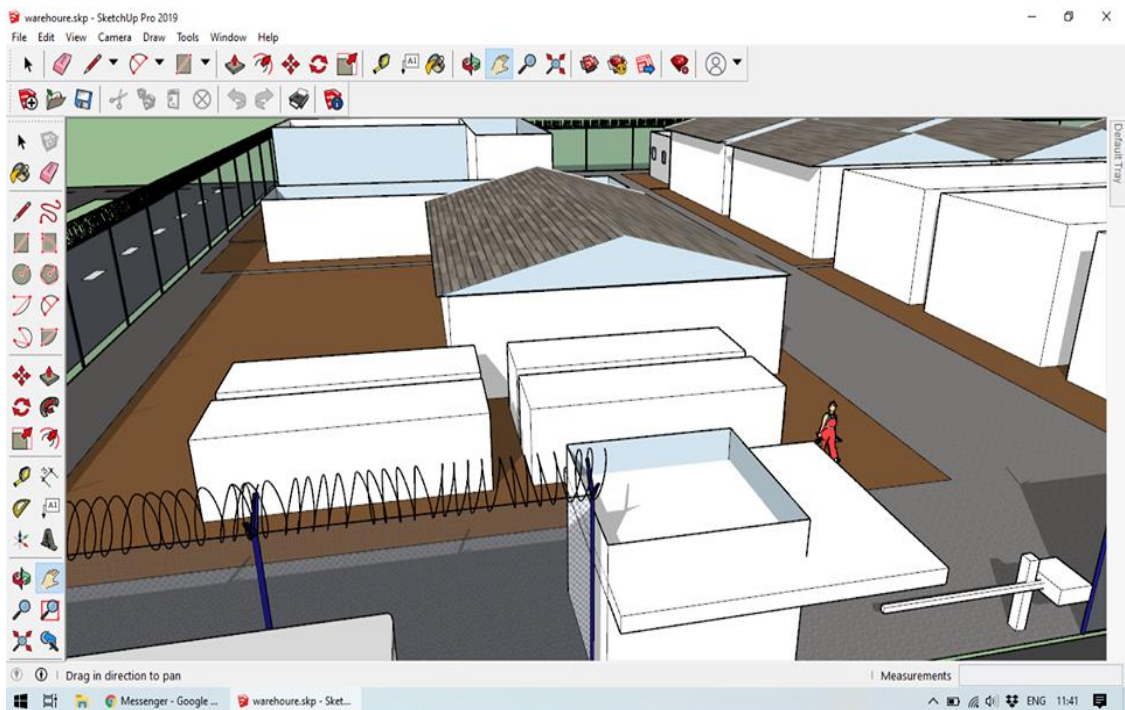
ภาคผนวก ง

ขั้นตอนการทำโมเดล

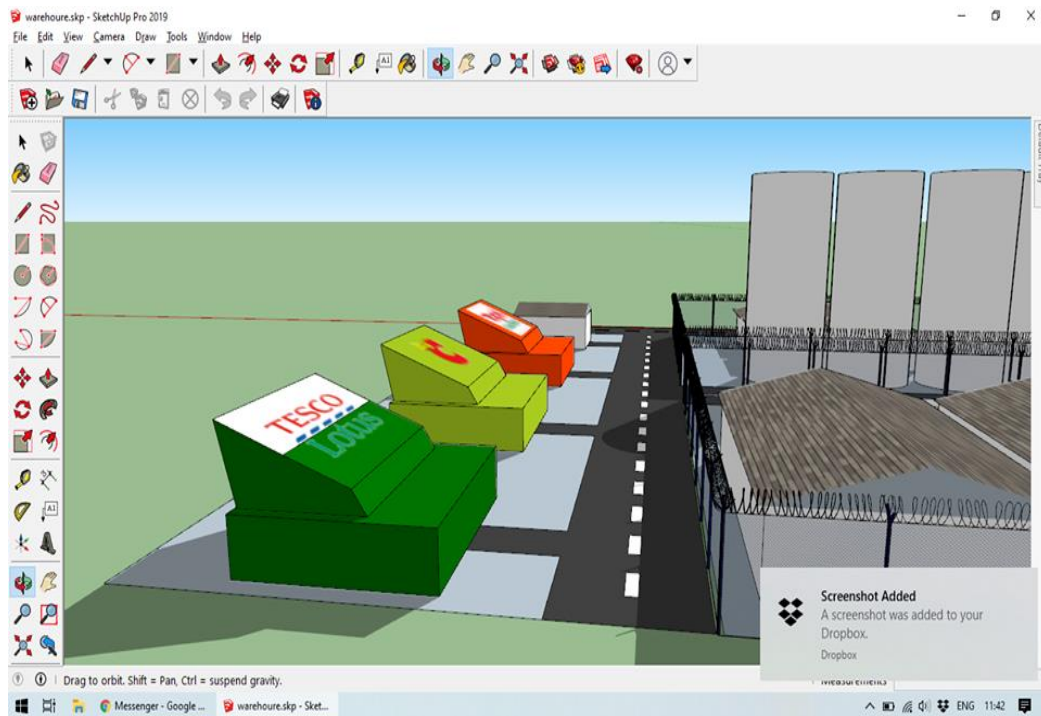
ร่างโครงสร้างโมเดลด้วยโปรแกรม Sket up



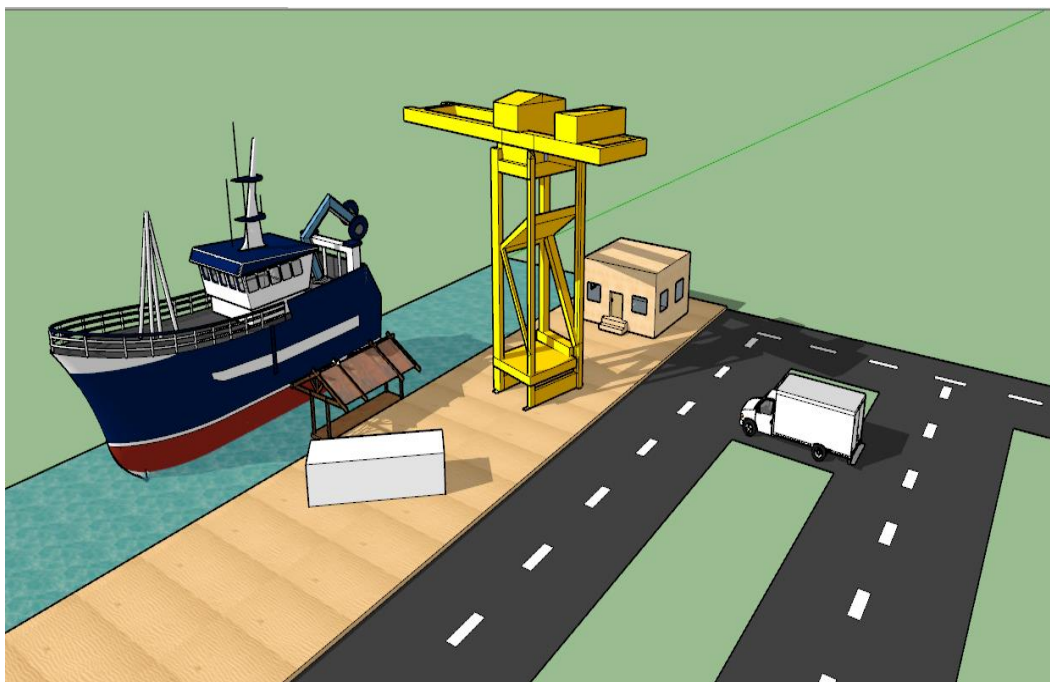
เริ่มทำโครงสร้างในส่วนของ โรงเก็บวัตถุดิบ



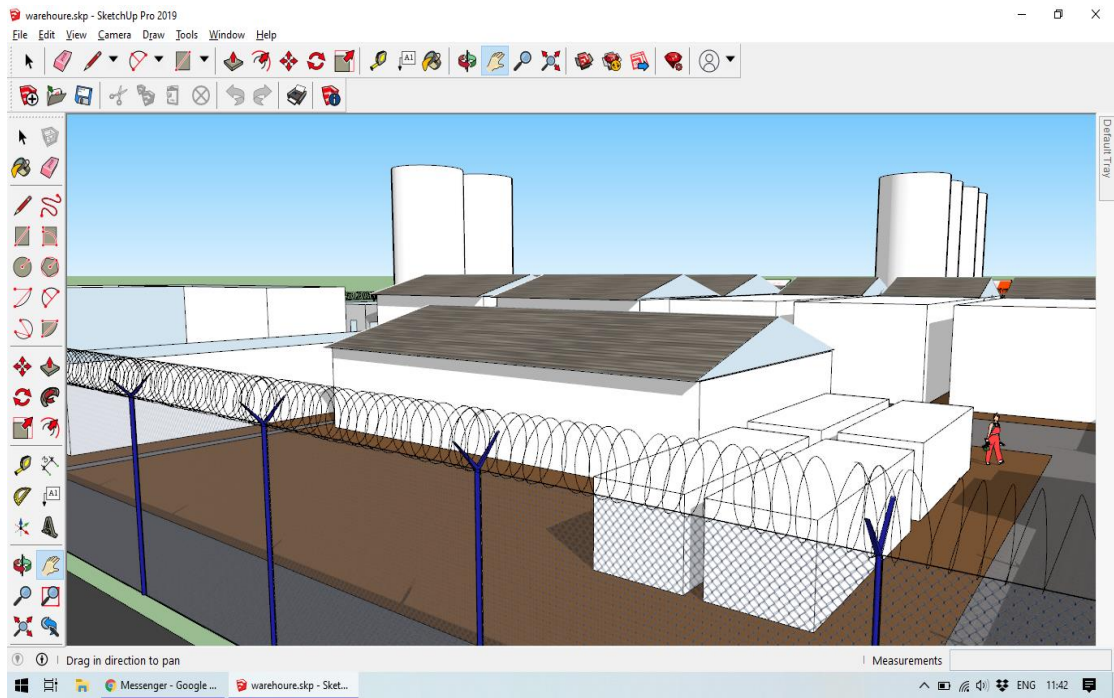
ทำล้งสินค้าเก็บนมถั่วเหลืองและป๋อมขาม



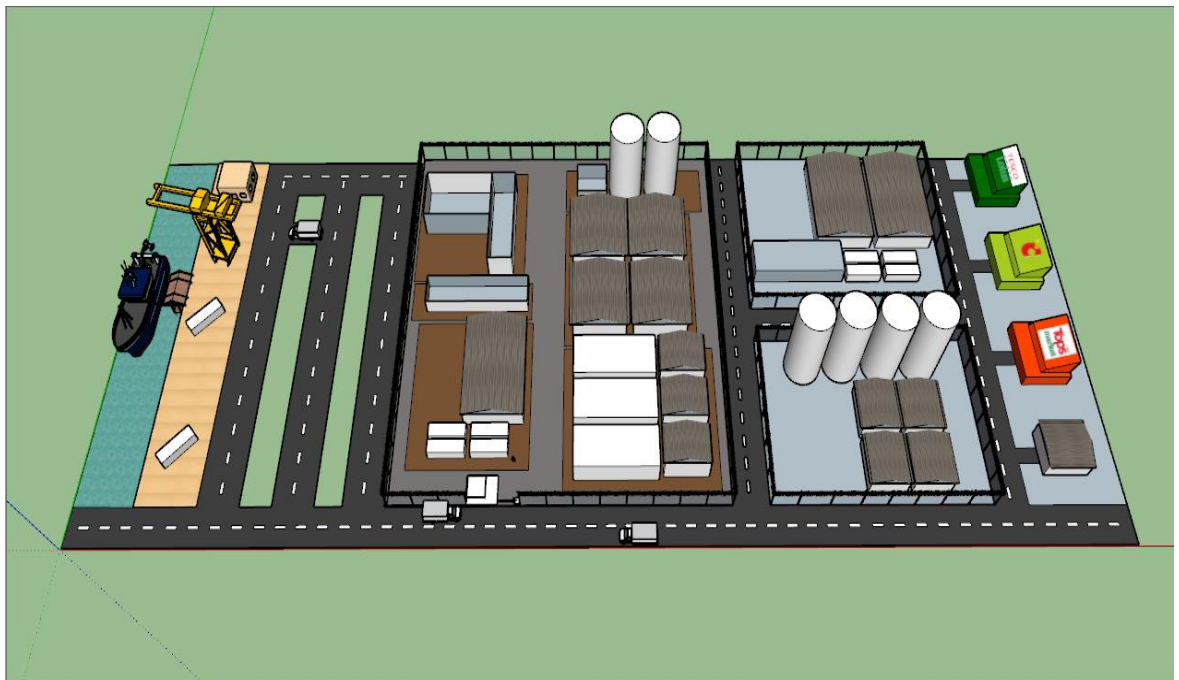
ทำในส่วนที่นมถั่วเหลืองถูกจัดส่งไปผู้บริโภค



ท่าเรือและกรมศุลกากร



ทำในส่วนคลังสินค้า



โมเดลที่เสร็จสมบูรณ์และทำการจัดทำโมเดลให้เคลื่อนไหว

ภาคผนวก จ

งบประมาณการทำโมเดล

งบประมาณที่ใช้ในการทำโครงการ

ลำดับ	รายการ	ราคา (บาท)
1	ค่าเอกสาร	530
2	ค่าหมึกปริ้นเตอร์	460
3	ค่าของที่ระลึก	550
รวม		1,540

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ – นามสกุล นายสหพนธ์ เกิดพีช

วันเดือนปีเกิด 7 มีนาคม 2543

ที่อยู่ 136 ม.9 ต.สำโรงใต้

อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

โทร 064-057-1236

E-mail : nicevasad@gmail.com



ชื่อ – นามสกุล นางสาว นัตติชา วีระสัย

วันเดือนปีเกิด 17 มิถุนายน 2542

ที่อยู่ 203/723 หมู่1 ต. บางเสาธง อ. บางเสาธง

จ.สมุทรปราการ 10570

โทร 092-797-3696

E-mail : nutticha203@gmail.com