



การศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว
กรณีศึกษา : บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)
The Study of the Export Process of Glass Product
Case Study : BG Container Glass (Public) Company Limited

จัดทำโดย

นายณัฐวุฒิ

มิโชค

นายรัชพล

เกษงาม

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ปีการศึกษา 2562



การศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว
กรณีศึกษา : บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)
The Study of the Export Process of Glass Product
Case Study : BG Container Glass (Public) Company Limited

โดย 1. นายณัฐวุฒิ มีโชค
2. นายรัฐพล เกษงาม

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิชาโครงการ
ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยเทคโนโลยี
อรรถวิทย์พัฒนศึกษา (ATC)

(อาจารย์ละออ อุบลเข้ม)
อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ยุพิน รอดไผ่ล้อม)
หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

บทคัดย่อ

การศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว
กรณีศึกษา : บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)
The Study of the Export Process of Glass Product
Case Study : BG Container Glass (Public) Company Limited

ผู้จัดทำโครงการ	นายณัฐวุฒิ มีโชค
	นายรัฐพล เกษงาม
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ละออ อุบลเยี่ยม
สาขาวิชา	สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

การศึกษากระบวนการการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว กรณีศึกษา บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว ทราบถึงกับปัญหาและอุปสรรควิธีการแก้ไขปัญหาในการส่งออกสินค้าประเภทแก้วทางเรือ และการนำข้อมูลหรือความรู้ที่ได้รับมาใช้ในการสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง ใช้ในการทำโครงการรวมทั้งไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตและศึกษาต่อได้

จากการที่คณะผู้จัดทำได้ไปศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว ได้ทราบถึงโปรแกรม PSI ที่จะดำเนินการก่อนที่จะมีการจัดการส่งสินค้าไปยังประเทศอื่นๆ ได้นำเอาโปรแกรม Microsoft Word เข้ามาช่วยในการจัดทำรูปแบบโครงการให้มีความถูกต้อง แม่นยำ เพราะสามารถตรวจสอบเนื้อหา การสะกดคำ และการตรวจสอบไวยากรณ์ รวมถึงโปรแกรม PowerPoint ซึ่งเข้ามาช่วยในเรื่องของการสร้างงานนำเสนออย่างเป็นขั้นตอนและมีประสิทธิภาพ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการและเอกสารที่เกี่ยวข้องในการส่งออกสินค้า รวมไปถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ตลอดจนการแก้ไขปัญหา สามารถนำไปใช้ในการศึกษาต่อและการทำงานในอนาคตพร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลให้กับบุคคลที่สนใจในเรื่องที่ศึกษาได้อีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

โครงการฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ด้วยความอนุเคราะห์ของ อาจารย์ละออ อุบลเยี่ยม อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และท่านคณะกรรมการทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำที่มีประโยชน์และให้คำปรึกษาจนโครงการฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ คณะผู้จัดทำขอกราบ ขอบพระคุณอาจารย์และคณะกรรมการทุกท่านเป็นอย่างสูง

คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) และขอขอบพระคุณทีมงานของ บริษัท บีจีคอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) ที่มอบ โอกาสให้คณะผู้จัดทำได้เข้าไปศึกษาดูงานภายในบริษัท และอำนวยความสะดวกในเรื่องต่างๆ ให้แก่คณะผู้จัดทำตลอดระยะเวลาการศึกษาดูงานในบริษัท

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำขอระลึกถึงพระคุณ บิดา มารดา และครูอาจารย์ทุกท่านที่ คอยอบรมสั่งสอน ให้คำปรึกษาที่ดี รวมทั้งบุคคลในครอบครัว และเพื่อนๆ ของคณะผู้จัดทำ ที่คอย เป็นแรงผลักดันอยู่เบื้องหลังความสำเร็จในครั้งนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยมา ณ ที่นี้

คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(2)
สารบัญ	(3)
สารบัญ (ต่อ)	(4)
สารบัญภาพ	(5)
สารบัญภาพ (ต่อ)	(6)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ประวัติบริษัทและการดำเนินธุรกิจ	
ประวัติความเป็นมาของบริษัท	3
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	4
ธุรกิจหลัก	4
รางวัลที่ได้รับ	6
ธุรกิจของบริษัทในกลุ่ม	14
รูปภาพหน้าบริษัท	15
ผังองค์กร	16
แผนที่	17
นโยบาย	18
ผลิตภัณฑ์	18
บทที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
หลักการส่งออกและความสำคัญของการส่งออก	19
พิธีการด้านศุลกากรส่งออก	41
ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก	48
การค้าระหว่างประเทศ	50
การประกันภัย	53
นิยามศัพท์	57

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์สภาพปัญหา	
กระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว	66
ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว	68
นำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาและนำไปประกอบอาชีพในอนาคต	70
นำหลักเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมมาใช้ในการทำงานร่วมกับเพื่อน	70
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุป	72
ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	76
ภาคผนวก ก ใบขอความอนุเคราะห์และใบบันทึกการปฏิบัติงานโครงการ	77
ภาคผนวก ข การเข้าศึกษาดูงาน บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน)	78
ภาคผนวก ค ผังและขั้นตอนการจัดทำโมเดล	83
ภาคผนวก ง งบประมาณในการดำเนินงาน	89
ประวัติคณะผู้จัดทำ	91
ใบพิสูจน์อักษรวิสุทธิ	
ใบคะแนนสอบนำเสนอโครงการ	

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 ป้ายบริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน)	3
ภาพที่ 2.2 โครงสร้างองค์กร บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน)	5
ภาพที่ 2.3 แผนที่ บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน)	6
ภาพที่ 2.4 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 4 ออนซ์	7
ภาพที่ 2.5 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 7 ออนซ์	8
ภาพที่ 2.6 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 8 ออนซ์	8
ภาพที่ 2.7 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 10 ออนซ์	9
ภาพที่ 2.8 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 12 ออนซ์	9
ภาพที่ 2.9 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 24 ออนซ์	10
ภาพที่ 2.10 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 100 มิลลิลิตร	10
ภาพที่ 2.11 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 250 มิลลิลิตร	11
ภาพที่ 2.12 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 300 มิลลิลิตร	11
ภาพที่ 2.13 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 300 มิลลิลิตร	12
ภาพที่ 2.14 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 500 มิลลิลิตร	12
ภาพที่ 2.15 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 700 มิลลิลิตร	13
ภาพที่ 2.16 ขวดเหล้าและไวน์มาตรฐาน ขนาด 330 มิลลิลิตร	14
ภาพที่ 2.17 ขวดเหล้าและไวน์มาตรฐาน ขนาด 350 มิลลิลิตร	14
ภาพที่ 2.18 ขวดเหล้าและไวน์มาตรฐาน ขนาด 640 มิลลิลิตร	15
ภาพที่ 2.19 ขวดเหล้าและไวน์มาตรฐาน ขนาด 750 มิลลิลิตร	15
ภาพที่ 2.20 ขวดมาตรฐาน ขนาด 60 มิลลิลิตร	16
ภาพที่ 2.21 ขวดมาตรฐาน ขนาด 90 มิลลิลิตร	16
ภาพที่ 2.22 ขวดมาตรฐาน ขนาด 240 มิลลิลิตร	17
ภาพที่ 2.23 ขวดมาตรฐาน ขนาด 480 มิลลิลิตร	17
ภาพที่ 2.24 ขวดอำพันมาตรฐาน ขนาด 100 มิลลิลิตร	18
ภาพที่ 2.25 ขวดอำพันมาตรฐาน ขนาด 500 มิลลิลิตร	18
ภาพที่ 3.1 แสดงการใช้ผ้าเป็นพาหนะ	20

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 3.2 แสดงการขนส่งทางราง	21
ภาพที่ 3.3 แสดงการขนส่งโดยใช้เรือ	24
ภาพที่ 3.4 แสดงการขนส่งโดยใช้เครื่องบิน	25
ภาพที่ 3.5 แสดงการขนส่งทางท่อ	26
ภาพที่ 3.6 แสดงกระบวนการกลั่นน้ำมัน	26
ภาพที่ 3.7 แสดงแนวท่อขนส่งน้ำมัน	28
ภาพที่ 3.8 ขั้นตอน การดำเนินธุรกิจส่งออก	31
ภาพที่ 3.9 แสดงพิภพอุตสาหกรรมของสินค้า	44
ภาพที่ 3.10 แสดงขั้นตอนปฏิบัติพิธีการส่งออกของทางบก	45
ภาพที่ 4.1 การแปรรูปสินค้าลงกล่องตามออเดอร์	66
ภาพที่ 4.2 การนำสินค้าขึ้นรถบรรทุก	67
ภาพที่ 4.3 ท่าเรือแหลมฉบัง	67
ภาพที่ 4.4 ส่งออกไปยังประเทศออสเตรเลีย	68
ภาพที่ 4.5 ปัญหาการจราจรติดขัด	68
ภาพที่ 4.6 แสดงปัญหาสภาพแวดล้อมทางทะเล	69
ภาพที่ 4.7 เอกสารที่ใช้ในการขนส่งไม่ครบ	69
ภาพที่ 4.8 ศึกษาฐานงานของบริษัท	70
ภาพที่ 4.9 นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น	71
ภาพที่ 5.1 คัดเลือกบริษัทสายเรือที่มีคุณภาพ	72
ภาพที่ 5.2 ตรวจสอบเช็คเอกสารให้ครบก่อนขนส่งสินค้า	73
ภาพที่ 5.3 คัดเลือกบริษัทสายเรือ	73

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจภาคการส่งออกของไทยในช่วงที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวที่สูงและรวดเร็วมาก ซึ่งเป็นกลไกสำคัญหนึ่งที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูง นับว่าเป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการเองและประเทศชาติ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยเราเป็นจำนวนมากในปีหนึ่ง ๆ และรายได้เหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมาใช้พัฒนาและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเนื่องจากขั้นตอนการส่งออกสินค้า เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกจะต้องทำความเข้าใจและศึกษาข้อปฏิบัติให้ถูกต้อง เพื่อให้การประกอบธุรกิจส่งออกเป็นไปอย่างสะดวกและได้รับผลสำเร็จคุ้มค่ากับความตั้งใจในการลงทุน

บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส (มหาชน) จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตเพิ่มคุณสมบัติของแก้วจัดจำหน่ายและส่งออกสินค้าประเภทแก้ว ทางเรือ การขนส่งทางเรือได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเหมาะสมกับสินค้าที่มีจำนวนมาก และมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างต่ำ แต่จะมีผลกระทบในเรื่องของเวลา อาจมีความล่าช้า ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ เช่น พายุ ฝน ลมทะเล ฯลฯ การส่งออกทางบริษัทจะขนส่งทางเรือเป็นหลัก และยังมีการวางรากฐานด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตและส่งออกที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพในการยอมรับด้านการขนส่งในระดับสากลตลอดจนสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานบริษัทจะมีการคิดค้นการขนส่งที่สามารถส่งสินค้าให้ทันตามเวลาที่กำหนดเพื่อไม่ให้เกิดความล่าช้าเมื่อเกิดความล่าช้าจะมีผลกระทบต่อความเสียหายที่บริษัทจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเมื่อไปส่งของไม่ทันตามเวลาที่ลูกค้ากำหนดจะมีการเกิดค่าปรับนอกจากนี้การขนส่งของบริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) หลังจากที่อยู่สินค้ายังรับสินค้าได้เพิ่มบริษัทก็จะนำสินค้าจากบริษัทอื่นที่จะออกไปส่งที่เดียวกัน เพื่อไม่ให้เป็นการสูญเสียเปล่าและเรื่องจะไม่วิ่งเทียวเปล่าจะรับของจากลูกค้ากับมาด้วย

ดังนั้นทางคณะผู้จัดทำ จึงทำการศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้วกรณีศึกษา บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพร้อมในของกระบวนการป้องกันและคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัยในการส่งออกและวิธีการส่งออก

อย่างไรเพื่อให้สินค้าเกิดความเสียหายน้อยที่สุดในระหว่างการนำสินค้าไปส่งและค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าประเภทแก้วทางเรือ
3. เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเป็นประโยชน์ในการศึกษาและประกอบอาชีพต่อไปในอนาคต
4. เพื่อนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมมาใช้ในการทำงานกับผู้อื่นโดยมีความซื่อสัตย์ อดทนกับการทำงาน และใช้สติปัญญาในการทำงานอย่างรอบคอบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจกระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว
2. ได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าประเภทแก้วทางเรือ
3. สามารถนำความรู้ที่ได้มาไปใช้ประโยชน์ต่อการศึกษาและประกอบอาชีพในอนาคตได้
4. สามารถนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมมาใช้ในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

บทที่ 2

ประวัติบริษัทและการดำเนินธุรกิจ



ภาพที่ 2.1 ป้ายบริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)

ประวัติความเป็นมาของบริษัท

บีจีซี (BGC) หรือ บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส ในเครือบริษัท บางกอกกlasses จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว โดยเริ่มก่อตั้งโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วในปี พ.ศ. 2517 และเริ่มดำเนินการผลิตในปี พ.ศ. 2522 ที่โรงงานปทุมธานี ด้วยกำลังการผลิต 150 ตันต่อวัน ปัจจุบันบีจีซีมีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วทั้งหมด 5 แห่ง มีกำลังการผลิตเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย ด้วยกำลังการผลิต 3,495 ตันต่อวัน

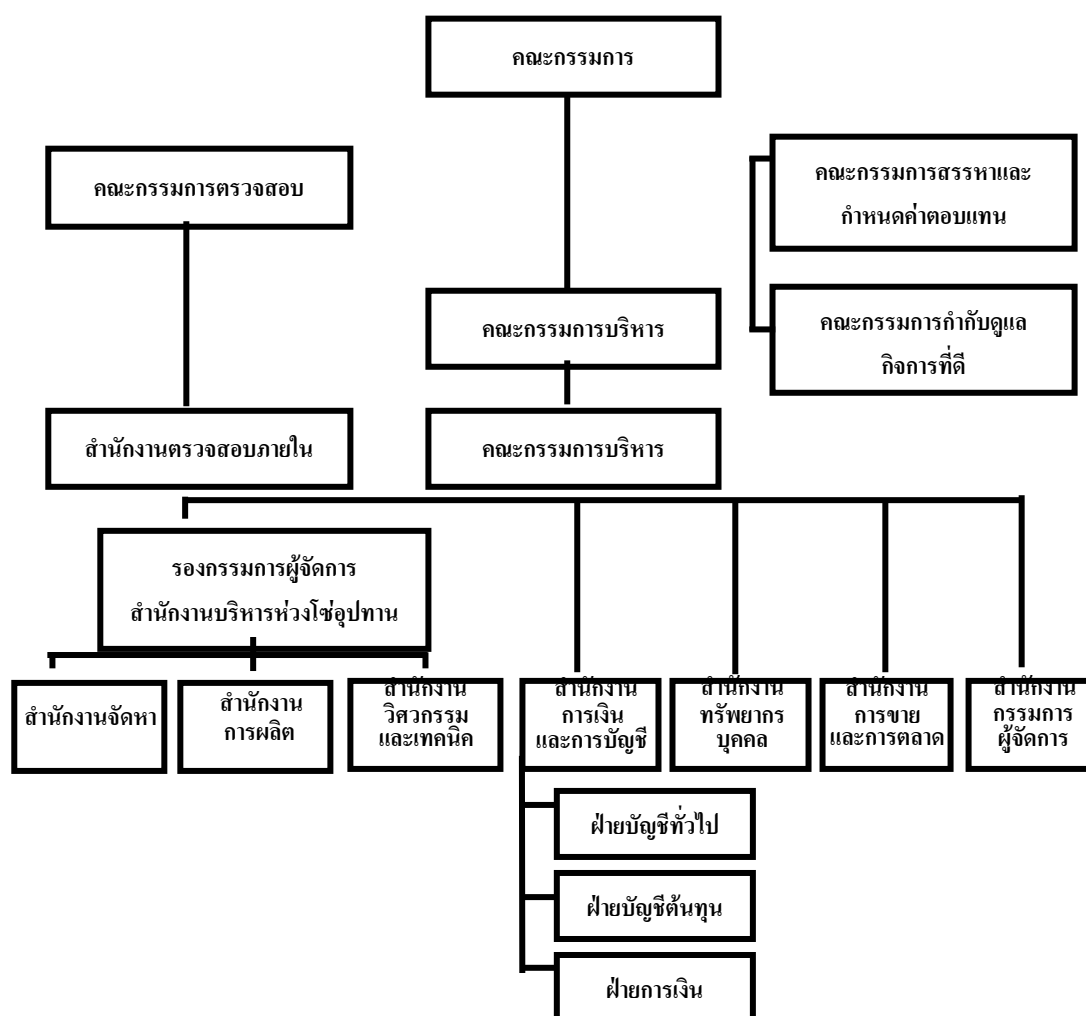
จากจุดเริ่มต้นการผลิตด้วยเตาหลอมเพียง 1 เตา วันนี้ บีจีซี เติบโตขึ้นอย่างมั่นคง ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็น บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด ในปี พ.ศ. 2559 ต่อมาได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในปี 2561 บีจีซีพร้อมการวางรากฐานด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพ จนได้รับการยอมรับในระดับสากล ตลอดจนสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้า

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ใส่ใจในคุณภาพ และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านบรรจุภัณฑ์แก้วครบวงจรของประเทศไทย

การพัฒนาของบริษัท

- 2517 ก่อตั้งโรงงานจังหวัดปทุมธานี
- 2522 เริ่มการผลิตเตา 1 โรงงานจังหวัดปทุมธานี
- 2526 เริ่มการผลิตเตา 2 โรงงานจังหวัดปทุมธานี ผลิตครบ 1 ล้านขวดเป็นครั้งแรก
- 2532 เริ่มการผลิตเตา 3 โรงงานจังหวัดปทุมธานี
- 2533 เริ่มการผลิตเตา 4 โรงงานจังหวัดปทุมธานี
- 2534 เริ่มการผลิตเตา 5 โรงงานจังหวัดปทุมธานี
- 2539 เริ่มการผลิตเตา 1 โรงงานจังหวัดระยอง
- 2540 เริ่มการผลิตเตา 2 โรงงานจังหวัดระยอง
- 2548 เริ่มการผลิตเตา 3 โรงงานจังหวัดระยอง
- 2549 ก่อตั้งบริษัท ขอนแก่นแก้ว อินดัสทรี จำกัด
- 2550 ก่อตั้งและเริ่มการผลิต บริษัท ปราจีนบุรีแก้ว อินดัสทรี จำกัด
เริ่มการผลิตเตา 1 บริษัท ขอนแก่นแก้ว อินดัสทรี จำกัด
- 2551 ก่อตั้งบริษัท อุทธยาแก้ว อินดัสทรี จำกัด
- 2552 เริ่มการผลิตเตา 2 บริษัท ขอนแก่นแก้ว อินดัสทรี จำกัด
- 2553 โรงงานจังหวัดระยอง จดทะเบียนก่อตั้งเป็น บริษัท ระยองแก้ว อินดัสทรี จำกัด
- 2554 เริ่มการผลิตเตา 1 บริษัท อุทธยาแก้ว อินดัสทรี จำกัด
โรงงานจังหวัดปทุมธานี จดทะเบียนก่อตั้งเป็น บริษัท ปทุมธานีแก้ว อินดัสทรี จำกัด
- 2555 ก่อตั้งบริษัท ราชบุรีแก้ว อินดัสทรี จำกัด
เริ่มการผลิตเตา 2 บริษัท อุทธยาแก้ว อินดัสทรี จำกัด
- 2556 เริ่มการผลิตเตา 3 บริษัท อุทธยาแก้ว อินดัสทรี จำกัด
- 2560 จดทะเบียนบริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด
- 2561 จดทะเบียนจัดตั้งเป็น บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)
จดทะเบียนและนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรกในนาม บีจีซี
- เริ่มการผลิตเชิงพาณิชย์ บริษัท ราชบุรีแก้ว อินดัสทรี จำกัด
- เปลี่ยนแปลงชื่อ BG Glass Studio เป็น BGC Glass Studio
- 2562 เปลี่ยนแปลงชื่อ BG Glass Academy Center เป็น BGC Glass Academy Center

โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างองค์กร บริษัทบีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์

บริษัทฯ มุ่งมั่นเป็นผู้นำในอาเซียนด้านการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แก้ว รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องอย่างมีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล

พันธกิจ

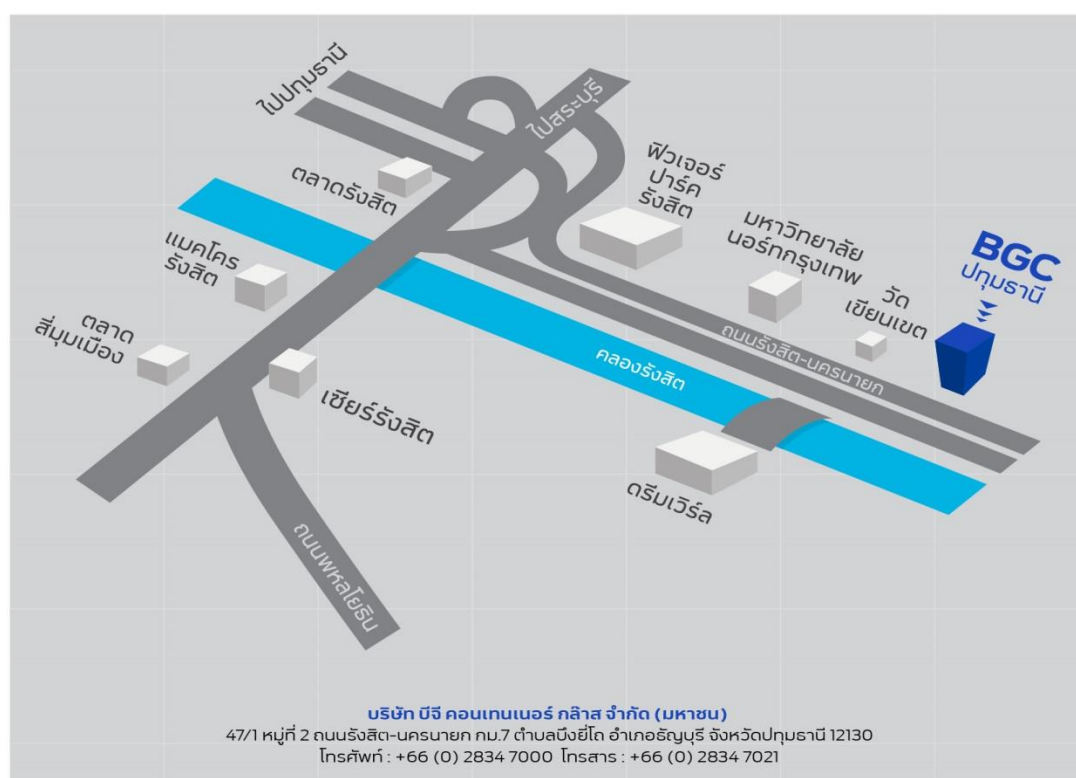
บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างความพึงพอใจให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

- การเงิน สร้างผลประโยชน์และผลตอบแทนสูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

- ลูกค้า ส่งมอบสินค้าคุณภาพมาตรฐานระดับสากล พร้อมบริการที่เป็นเลิศ ในราคาที่เหมาะสม
- พันธมิตรทางธุรกิจ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจร่วมกับพันธมิตร บนพื้นฐานของความไว้วางใจในระยะยาว
- กระบวนการทำงาน ใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยในทุกกระบวนการทำงานจากผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ
- บุคลากร มุ่งมั่นพัฒนาบุคลากรในองค์กร ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและสร้างความผูกพันต่อองค์กร ด้วยจิตสำนึกเฉกเช่นผู้ประกอบการ

บีจีซี (ปทุมธานี)

BGC



ภาพที่ 2.3 แผนที่ บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)

ที่อยู่โรงงาน

บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน)
 สำนักงานใหญ่
 47/1 หมู่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก กม.7 ตำบลบึงยี่โถ
 อำเภอลำลูกเกด จังหวัดปทุมธานี 12130
 โทรศัพท์ : +66 (0) 2834 7000
 โทรสาร : +66 (0) 2834 7021

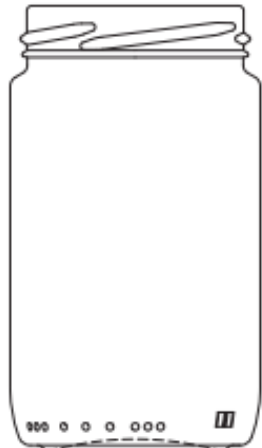
ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

FJ0436		4 oz
	Glass Colour	Flint
	Finish Type/Diameter (mm)	48 RTO
	Brimful (ml)	115 ± 5
	Fillful (ml)	-
	Weight (g)	105
	Diameter (mm)	51.2 ± 1.2
	Height (mm)	86.5 ± 1.0
	Packing (Units/Carton)	212
	Packing (Units/Pallet)	10,336

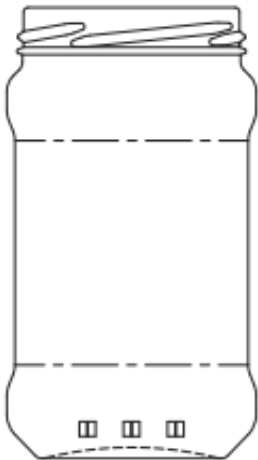
ภาพที่ 2.4 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 4 ออนซ์

		FJ0466	7 oz
	Glass Colour	Flint	
	Finish Type/Diameter (mm)	63 RTO	
	Brimful (ml)	212 ± 4.5	
	Fillful (ml)	-	
	Weight (g)	130 ± 8	
	Diameter (mm)	67.5 ± 1.4	
	Height (mm)	81 ± 1.1	
	Packing (Units/Carton)	100	
	Packing (Units/Pallet)	6,120	

ภาพที่ 2.5 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 7 ออนซ์

		FJ0522	8 oz
	Glass Colour	Flint	
	Finish Type/Diameter (mm)	58 RTO	
	Brimful (ml)	230 ± 9.0	
	Fillful (ml)	-	
	Weight (g)	155	
	Diameter (mm)	61.2 ± 1.3	
	Height (mm)	108 ± 1.1	
	Packing (Units/Carton)	126	
	Packing (Units/Pallet)	5,852	

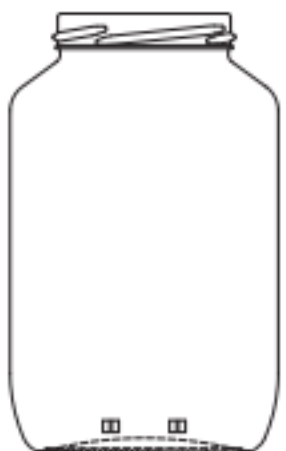
ภาพที่ 2.6 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 8 ออนซ์

	FJ0542	10 oz	Made to Order
	Glass Colour	Flint	
	Finish Type/Diameter (mm)	63 RTO	
	Brimful (ml)	315 ± 9	
	Fillful (ml)	-	
	Weight (g)	175	
	Diameter (mm)	68 ± 1.4	
	Height (mm)	122.6 ± 1.0	
	Packing (Units/Carton)	56	
	Packing (Units/Pallet)	4,080	

ภาพที่ 2.7 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 10 ออนซ์

	FJ0434	12 oz	Made to Order
	Glass Colour	Flint	
	Finish Type/Diameter (mm)	63 RTO	
	Brimful (ml)	370 ± 6.5	
	Fillful (ml)	-	
	Weight (g)	221	
	Diameter (mm)	70.5 ± 1.4	
	Height (mm)	127.5 ± 1.2	
	Packing (Units/Carton)	48	
	Packing (Units/Pallet)	3,454	

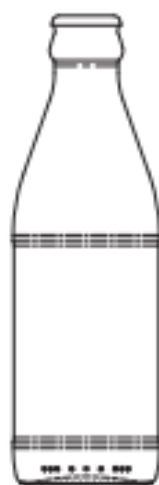
ภาพที่ 2.8 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 12 ออนซ์

	FJ0437 24 oz	
	Glass Colour	Flint
	Finish Type/Diameter (mm)	63 RTO
	Brimful (ml)	720 ± 15
	Fillful (ml)	-
	Weight (g)	350
	Diameter (mm)	91.1 ± 1.6
	Height (mm)	150 ± 1.3
	Packing (Units/Carton)	12
	Packing (Units/Pallet)	1,880

ภาพที่ 2.9 ขวดอาหารมาตรฐาน ขนาด 24 ออนซ์

	FK1165 100 ml		Made to Order
	Glass Colour	Flint	
	Finish Type/Diameter (mm)	28 mm R.O.P.P.	
	Brimful (ml)	109	
	Fillful (ml)	101+2.0/-2.5	
	Weight (g)	123	
	Diameter (mm)	44.4 ± 1.0	
	Height (mm)	141.5 ± 1.2	
	Packing (Units/Carton)	160	
	Packing (Units/Pallet)	8,060	

ภาพที่ 2.10 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 100 มิลลิลิตร



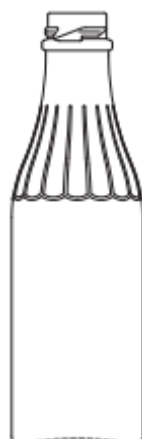
FK0065		250 ml	Made to Order
Glass Colour	Flint		
Finish Type/Diameter (mm)	26 mm Crown Seal		
Brimful (ml)	268.8		
Fillful (ml)	255 ± 5		
Weight (g)	190		
Diameter (mm)	57 ± 1.4		
Height (mm)	182.5 ± 1.4		
Packing (Units/Carton)	72		
Packing (Units/Pallet)	2,040		

ภาพที่ 2.11 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 250 มิลลิลิตร



FK0305		300 ml	Made to Order
Glass Colour	Flint		
Finish Type/Diameter (mm)	26 mm Crown Seal		
Brimful (ml)	318		
Fillful (ml)	305 ± 5		
Weight (g)	205		
Diameter (mm)	68 ± 1.4		
Height (mm)	180 ± 1.4		
Packing (Units/Carton)	24		
Packing (Units/Pallet)	2,720		

ภาพที่ 2.12 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 300 มิลลิลิตร



FF0185 310 ml		Made to Order
Glass Colour	Flint	
Finish Type/Diameter (mm)	30 MTO&MTB	
Brimful (ml)	310 ± 5	
Fillful (ml)	-	
Weight (g)	260	
Diameter (mm)	58.8+0.9-1.3	
Height (mm)	205.6 ± 1.5	
Packing (Units/Carton)	24	
Packing (Units/Pallet)	3,220	

ภาพที่ 2.13 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 310 มิลลิลิตร



FK0063 500 ml		Made to Order
Glass Colour	Flint	
Finish Type/Diameter (mm)	26 mm Crown Seal	
Brimful (ml)	517.5	
Fillful (ml)	505 ± 5	
Weight (g)	300	
Diameter (mm)	68 ± 1.4	
Height (mm)	240.5 ± 1.6	
Packing (Units/Carton)	24	
Packing (Units/Pallet)	2,040	

ภาพที่ 2.14 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 500 มิลลิลิตร

FK1111		700 ml
	Glass Colour	Flint
	Finish Type/Diameter (mm)	30 Extra Deep
	Brimful (ml)	723
	Fillful (ml)	700 $\pm$ 10
	Weight (g)	450
	Diameter (mm)	(69.5 $\pm$ 1.5)(81.5 $\pm$ 1.5)
	Height (mm)	268.4 $\pm$ 1.7
	Packing (Units/Carton)	12
	Packing (Units/Pallet)	1,445

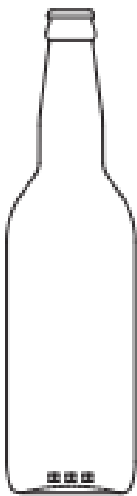
ภาพที่ 2.15 ขวดเครื่องดื่มมาตรฐาน ขนาด 700 มิลลิลิตร

AL1035		330 ml	Made to Order
	Glass Colour	Amber	
	Finish Type/Diameter (mm)	26 mm Crown Seal	
	Brimful (ml)	346.5	
	Fillful (ml)	330 $\pm$ 6.6	
	Weight (g)	250	
	Diameter (mm)	61.4+1.6-1.2	
	Height (mm)	228.6 $\pm$ 1.6	
	Packing (Units/Carton)	100	
	Packing (Units/Pallet)	2,508	

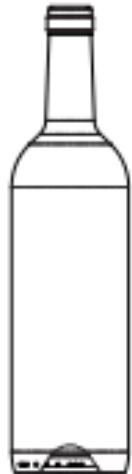
ภาพที่ 2.16 ขวดเหล้าและไวน์มาตรฐาน ขนาด 330 มิลลิลิตร

	FL1098	350 ml	Made to Order
	Glass Colour	Flint	
	Finish Type/Diameter (mm)	30 Extra Deep	
	Brimful (ml)	367	
	Fillful (ml)	350 ± 7	
	Weight (g)	355	
	Diameter (mm)	(93±1.7)(44.5±1.7)	
	Height (mm)	199 ± 1.4	
	Packing (Units/Carton)	15	
	Packing (Units/Pallet)	2,366	

ภาพที่ 2.17 ขวดเหล้าและไวน์มาตรฐาน ขนาด 350 มิลลิลิตร

	AL1036	640 ml	Made to Order
	Glass Colour	Amber	
	Finish Type/Diameter (mm)	26 mm Crown Seal	
	Brimful (ml)	661 ± 8	
	Fillful (ml)	-	
	Weight (g)	420	
	Diameter (mm)	75.7 ± 1.5	
	Height (mm)	285 ± 1.8	
	Packing (Units/Carton)	12	
	Packing (Units/Pallet)	1,395	

ภาพที่ 2.18 ขวดเหล้าและไวน์มาตรฐาน ขนาด 640 มิลลิลิตร

	LSG00000003		750 ml	Made to Order
	Glass Colour		Dark Green	
	Finish Type/Diameter (mm)		Cork Mouth	
	Brimful (ml)		773 ± 10	
	Fillful (ml)		750	
	Weight (g)		460 ± 25	
	Diameter (mm)		75.1 ± 1.6	
	Height (mm)		300 ± 1.8	
	Packing (Units/Carton)		12	
	Packing (Units/Pallet)		1,800	

ภาพที่ 2.19 ขวดเหล้าและไวน์มาตรฐาน ขนาด 750 มิลลิลิตร

	AM0059		60 ml	
	Glass Colour		Amber	
	Finish Type/Diameter (mm)		28 mm R.O.P.P.	
	Brimful (ml)		70.7	
	Fillful (ml)		63 ± 3	
	Weight (g)		71	
	Diameter (mm)		42.5 ± 1.0	
	Height (mm)		93.5 ± 1.0	
	Packing (Units/Carton)		170	
	Packing (Units/Pallet)		6,160	

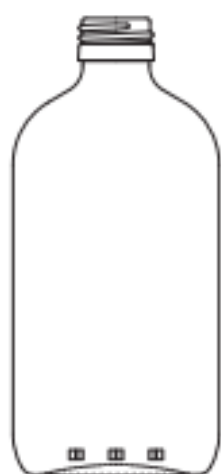
ภาพที่ 2.20 ขวดยามาตรฐาน ขนาด 60 มิลลิลิตร

	AM0308 90 ml	
	Glass Colour	Amber
	Finish Type/Diameter (mm)	28 mm R.O.P.P.
	Brimful (ml)	91 ± 3
	Fillful (ml)	60 ± 1
	Weight (g)	100
	Diameter (mm)	40.5 ± 1
	Height (mm)	117.8 ± 1.0
	Packing (Units/Carton)	180
	Packing (Units/Pallet)	7,888

ภาพที่ 2.21 ขวดยามาตรฐาน ขนาด 90 มิลลิลิตร

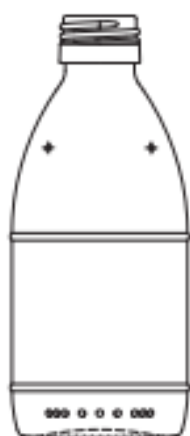
	FM0034 240 ml		Made to Order
	Glass Colour	Flint	
	Finish Type/Diameter (mm)	28 mm R.O.P.P.	
	Brimful (ml)	259	
	Fillful (ml)	246 ± 6	
	Weight (g)	177	
	Diameter (mm)	58 ± 1.3	
	Height (mm)	148.95 ± 1.3	
	Packing (Units/Carton)	72	
	Packing (Units/Pallet)	4,490	

ภาพที่ 2.22 ขวดยามาตรฐาน ขนาด 240 มิลลิลิตร


AM0028 / FM0028 480 ml Made to Order

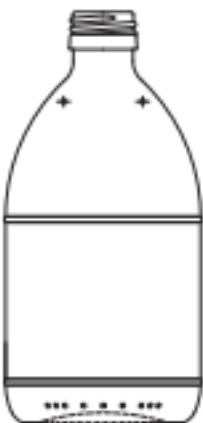
Glass Colour	Amber/Flint
Finish Type/Diameter (mm)	28 mm R.O.P.P.
Brimful (ml)	490
Fillful (ml)	485 $\pm$ 5
Weight (g)	335
Diameter (mm)	76.9 $\pm$ 1.5
Height (mm)	169.9 $\pm$ 1.3
Packing (Units/Carton)	36
Packing (Units/Pallet)	2,160

ภาพที่ 2.23 ขวดยามาตรฐาน ขนาด 480 มิลลิลิตร


AI1170 100 ml

Glass Colour	Amber
Finish Type/Diameter (mm)	22 mm R.O.P.P.
Brimful (ml)	116 $\pm$ 3
Fillful (ml)	103 $\pm$ 3
Weight (g)	102 $\pm$ 7.5
Diameter (mm)	49.2 $\pm$ 1.1
Height (mm)	115.7 $\pm$ 1.1
Packing (Units/Carton)	120
Packing (Units/Pallet)	7,896

ภาพที่ 2.24 ขวดอำพันมาตรฐาน ขนาด 100 มิลลิลิตร

AI1171	500 ml																		
	<table> <tr> <td>Glass Colour</td><td>Amber</td></tr> <tr> <td>Finish Type/Diameter (mm)</td><td>28 mm R.O.P.P.</td></tr> <tr> <td>Brimful (ml)</td><td>523 $\pm$ 6</td></tr> <tr> <td>Fillful (ml)</td><td>500 $\pm$ 6</td></tr> <tr> <td>Weight (g)</td><td>340 $\pm$ 15</td></tr> <tr> <td>Diameter (mm)</td><td>82 $\pm$ 1.5</td></tr> <tr> <td>Height (mm)</td><td>175 $\pm$ 1.1</td></tr> <tr> <td>Packing (Units/Carton)</td><td>60</td></tr> <tr> <td>Packing (Units/Pallet)</td><td>2,016</td></tr> </table>	Glass Colour	Amber	Finish Type/Diameter (mm)	28 mm R.O.P.P.	Brimful (ml)	523 $\pm$ 6	Fillful (ml)	500 $\pm$ 6	Weight (g)	340 $\pm$ 15	Diameter (mm)	82 $\pm$ 1.5	Height (mm)	175 $\pm$ 1.1	Packing (Units/Carton)	60	Packing (Units/Pallet)	2,016
Glass Colour	Amber																		
Finish Type/Diameter (mm)	28 mm R.O.P.P.																		
Brimful (ml)	523 $\pm$ 6																		
Fillful (ml)	500 $\pm$ 6																		
Weight (g)	340 $\pm$ 15																		
Diameter (mm)	82 $\pm$ 1.5																		
Height (mm)	175 $\pm$ 1.1																		
Packing (Units/Carton)	60																		
Packing (Units/Pallet)	2,016																		

ภาพที่ 2.25 ขวดอำพันมาตรฐาน ขนาด 500 มิลลิลิตร

บทที่ 3

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้จัดทำโครงการได้ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลในหัวข้อเรื่อง การศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว กระจกศึกษา บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. หลักการส่งออกและความสำคัญของการส่งออก
2. พิธีการด้านศุลกากรส่งออก
3. ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก
4. การค้าระหว่างประเทศ
5. การประกันภัย
6. นิยามศัพท์

1. หลักการส่งออกและความสำคัญของการส่งออก

การส่งออก หมายถึง การจัดส่งสินค้าและบริการ จากต้นทางสู่ปลายทางในทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ โดยผู้ส่งสินค้าหรือบริการออกเรียกว่า "ผู้ส่งออก" ส่วนในทางการค้าระหว่างประเทศ การส่งออกหมายถึง การขายสินค้าและบริการในประเทศไปสู่ตลาดอื่น (ตลาดสากล) ในการส่งออกและนำเข้าซึ่งสินค้าจะต้องมีหน่วยงานที่ต้องเกี่ยวข้องด้วยคือ กรมศุลกากร แม้ว่าจะเป็นกรนำเข้าหรือส่งออกผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เองก็จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับกรมศุลกากรด้วย และที่สำคัญต้องอยู่ภายใต้กฎหมายการนำเข้าและส่งออกของประเทศนั้น ๆ

ธุรกิจภาคการส่งออกของไทยในช่วงที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวที่สูงและรวดเร็วมาก ซึ่งเป็นกลไกสำคัญหนึ่งที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูง นับว่าเป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการเองและประเทศชาติ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยเราเป็นจำนวนมากในปีหนึ่ง ๆ และรายได้เหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมาใช้พัฒนาและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจการส่งออกของไทยประสบความสำเร็จ และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้ จึงจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ขั้นตอนและกระบวนการปฏิบัติต่าง ๆ ประกอบธุรกิจส่งออกจะต้องทำความเข้าใจและศึกษาข้อปฏิบัติให้

ในปัจจุบันการทำธุรกิจส่งออกสินค้าระหว่างต่างประเทศ ผู้ส่งออกจะต้องทราบเรื่องที่เกี่ยวข้องหลายเรื่อง เพื่อประโยชน์ในการทำธุรกิจให้ได้กำไร เรื่องที่ต้องเรียนรู้ขึ้นอยู่กับสินค้าที่ต้องการส่งออก โดยหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการช่วยเหลือให้ผู้ส่งออก สามารถเรียนรู้เพิ่มเติมก็คือ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานอื่นที่จะช่วยเสริมความรู้ก็คือ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง และหน่วยที่เกี่ยวกับการค้าต่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ ความเป็นจริงผู้ส่งออกต้องมีความรู้ และทราบว่าสินค้านั้นจะส่งออกนั้น ตรงกับพิกัดศุลกากร และรายการสินค้านี้เป็นสินค้าควบคุมหรือไม่ โดยหน่วยงานใดของรัฐบาลไทย และมีกฎหมายหรือระเบียบใดที่ควบคุมสินค้านี้อยู่ และต้องทราบรายละเอียดเกี่ยวกับประเทศ ที่ต้องการส่งสินค้าไปจำหน่ายประเทศเหล่านี้ คือประเทศผู้นำเข้าจึงต้องทราบความต้องการของตลาด และกฎระเบียบที่จะควบคุมสินค้านี้ในประเทศเหล่านี้

ขั้นตอนการส่งออกที่มีขั้นตอนหลักอยู่ 3 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการทำธุรกิจการส่งออก
2. ขั้นตอนพิธีการศุลกากร
3. ขั้นตอนการรับเงินค่าสินค้า (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

รูปแบบการส่งออก

การขนส่งทางบก (Land Transportation)

รูปแบบการขนส่งที่โบราณที่สุด เริ่มจากการใช้ชาต่อมาก็เริ่มฝึกฝนสัตว์เพื่อใช้โดยสารหรือบรรทุกสิ่งของ สัตว์ที่เป็นพาหนะสำคัญคือ ม้า อูฐ เกวียน ต่อมาจึงริเริ่มพัฒนารถม้าขึ้น ซึ่งนอกจากใช้ในการทำศึก เคลื่อนย้ายกำลังทหารแล้ว ก็เป็นไปเพื่อระบบการส่งข่าวสารระยะไกล เป้าหมายในช่วงแรกเกิดขึ้นเพื่อทางการทหาร และค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้า ต่อมาการขนส่งก็ยังกระจาย ขยายตัวมากขึ้น เมื่ออาณาจักรโรมันเริ่มสร้างถนนระหว่าง กรุงโรมกับเมืองต่างๆ ในตั้งแต่ 300 ปีก่อนคริสตกาล แล้วเมื่อราชวงศ์ฮั่นในสมัยพระเจ้าฮั่นอู่ตี้เริ่มบุกเบิกเส้นทางสายไหม



ภาพที่ 3.1 แสดงการใช้ม้าเป็นพาหนะ (ที่มา <http://www.lannapost.net>)

มายังเป็นพาหนะสำคัญมานานอีกเกือบ 2500 ปี ในที่สุด ก็เกิดการปฏิวัติรูปแบบครั้งใหญ่ เมื่อโทมัส นีวโคเมน นักประดิษฐ์ชาวอังกฤษได้ปรับปรุงเครื่องจักรไอน้ำโดยใช้ลูกสูบได้สำเร็จ จากนั้น เจมส์ วัตต์ ก็ได้นำมาใช้ในอุตสาหกรรมทอผ้าและติดตั้งหัวรถจักรและเรือกลไฟ ก่อนจะมาถึง จอร์จ สตีเฟนสัน ได้ปรับปรุงและสร้างหัวรถจักรใน ค.ศ.1814 แล้วจึงมีพัฒนาการต่อมา เมื่อโทมัส คูก นำรายการนำเที่ยวทางรถไฟขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศอังกฤษ ใน ค.ศ.1841 รถไฟจึงเริ่มเป็นพาหนะสำคัญที่สุดของโลกตะวันตกมานับแต่นั้น จนกระทั่ง รูดอล์ฟ ดีเซล ได้ประดิษฐ์เครื่องยนต์ดีเซล แล้วนำมาใช้ในการขับเคลื่อนขบวนรถไฟได้สำเร็จใน ค.ศ.1892

ยุโรปและอเมริกาเริ่มสร้างทางรถไฟเชื่อมระหว่างกันในศตวรรษที่ 18 ทำให้การติดต่อสื่อสารได้ขยายตัวออกไป รวมถึงพัฒนาการด้านเทคโนโลยีต่างๆด้วย รถไฟข้ามทวีปก็เริ่มเกิดขึ้น ไปถึงเอเชีย ออสเตรเลีย และ แอฟริกา กระทั่งหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 รถไฟฟ้าเริ่มเข้ามาแทนที่รถไฟพลังงานน้ำมัน ทำให้วิ่งได้เร็วกว่าเดิมมาก นำไปสู่การเปิดรถไฟความเร็วสูงขบวนแรกของโลกในค.ศ.1964 จีนกันเซิน ได้เปิดใช้งานเป็นครั้งแรก จากโตเกียวและโอซาก้า พัฒนาการของรถไฟก็ยังคงมีเรื่อยมาถึงปัจจุบัน

ส่วนการเดินทางโดยรถยนต์ คาร์ล เบนซ์ และ กอตต์lieb เดมเลอร์ ได้สร้างรถยนต์โดยใช้พลังงานน้ำมันเป็นแรงขับเคลื่อนเป็นผลสำเร็จ ใน ค.ศ.1885 ถือว่าเป็นรถยนต์คันแรกของโลก แล้วอุตสาหกรรมยานยนต์ก็รุ่งเรืองขึ้นมาได้โดยผลงานของ เฮนรี ฟอร์ด ที่มุ่งผลิตรถยนต์เพื่อการค้า แล้วจึงแพร่หลายต่อมา เมื่อหลายประเทศหันมาผลิตรถยนต์นั่งของตนเอง

การขนส่งทางราง (Railroads)



ภาพที่ 3.2 แสดงการขนส่งทางราง (ที่มา<https://sites.google.com/site/>)

ในอดีตราชอาณาจักรไทย ยังไม่เคยมีรูปแบบและโครงการที่จะแสดงให้เห็นที่ปรากฏชัดว่าการคมนาคมทางบกภายในประเทศ จะมีการขนส่งโดยทางรถไฟเกิดขึ้น เพราะในเวลานั้นประชาชนยังนิยมใช้สัตว์ เช่น โค กระบือ ม้า ช้างและเกวียน เป็นพาหนะเพื่อประโยชน์ในการ

เดินทางและในการลำเลียงสินค้าต่าง ๆ จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง จนกระทั่งการขนส่งโดยทางรถไฟได้ขึ้นจนสำเร็จเป็นรูปร่าง อันสมบูรณ์ ในรัชสมัย “พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวแห่งกรุงรัตนโกสินทร์” โดยมีประกาศ พระบรมราชโองการสร้างทางรถไฟสยาม ตั้งแต่กรุงเทพฯ ถึง เมืองนครราชสีมา

ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เหตุการณ์ทางการเมือง สืบเนื่องมาจากนโยบายขยายอาณานิคมของอังกฤษและฝรั่งเศส แผ่มาครอบคลุมบริเวณแหลมอินโดจีน พระองค์ท่านทรงตระหนักถึงความสำคัญของการคมนาคมโดยเส้นทางรถไฟ เพราะการใช้แต่ทางเกวียนและแม่น้ำลำคลองเป็นพื้นนั้น ไม่เพียงพอแก่การบำรุงรักษาพระราชอาณาเขต ราษฎรที่อยู่ห่างไกลจากเมืองหลวง มีจิตใจโน้มเอียงไปทางประเทศใกล้เคียง สมควรที่จะสร้างทางรถไฟขึ้นในประเทศ เพื่อติดต่อกับมณฑลชายแดนก่อนอื่น ทั้งนี้เพื่อสะดวกแก่การปกครอง ตรวจตราป้องกันการรุกรานเป็นการเปิดภูมิประเทศ ให้ประชาชนพลเมืองเข้าบุกเบิกพื้นที่กว้างขวางเปล่า ให้เป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศ และจะเป็นเส้นทางขนส่งผู้โดยสารและสินค้าไปมาถึงกันได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นในปี พ.ศ.2430 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เซอร์แอนดรู คลาก และบริษัทป็นชาร์ด แมกทักการ์ด โทเธอร์ ดำเนินการสำรวจเพื่อสร้างทางรถไฟจาก กรุงเทพฯ - เชียงใหม่ และมีทางแยกตั้งแต่เมืองสระบุรี - เมืองนครราชสีมาสายหนึ่ง จากเมืองอุดรดิตถ์ - ตำบลท่าเตี๋ยริมฝั่งแม่น้ำโขงสายหนึ่ง และจากเมืองเชียงใหม่ไปยังเชียงราย เชียงแสน หลวงอีกสายหนึ่ง โดยทำการสำรวจให้แล้วเสร็จเป็นตอนๆ รวม 8 ตอน ในราคาค่าจ้างโดยเฉลี่ยไม่เกินไมล์ละ 100 ปอนด์ ทั้งสองฝ่ายลงนามในสัญญา เมื่อวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ.2430

ข้อดีของการขนส่งทางบก

1. สะดวกรวดเร็ว
2. เป็นตัวเชื่อมในการขนส่งแบบอื่นที่ไม่สามารถไปถึงจุดหมายได้โดยตรง
3. บริการได้ถึงที่โดยไม่ต้องมีการขนถ่าย
4. ขนส่งสินค้าได้ตลอดเวลาตามความต้องการของลูกค้า
5. เหมาะกับการขนส่งระยะสั้นและระยะกลาง

ข้อเสียของการขนส่งทางบก

1. ขนส่งสินค้าได้ปริมาณและขนาดจำกัด
2. มีความปลอดภัยต่ำเกิดอุบัติเหตุบ่อย
3. กำหนดเวลาแน่นอนไม่ได้ขึ้นอยู่กับสภาพการจราจรและดินฟ้าอากาศ
4. ค่าขนส่งสูงเมื่อเทียบกับการขนส่งทางรถไฟ

การขนส่งทางน้ำ (Water Transportation)

การเดินทางทางน้ำของไทยมีมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี ซึ่งเป็นอาณาจักร หรือรัฐในอดีตรัฐหนึ่ง ตั้งอยู่บนที่ราบลุ่มแม่น้ำยม โดยการขนส่งทางน้ำเริ่มจากการใช้

ท่อนไม้ลอยน้ำเป็นตัวพุงต่อมานำท่อนไม้มาผูกเป็นแพลอยน้ำ ปัจจุบันใช้เรือที่มีเครื่องยนต์ที่ใช้เชื้อเพลิงจากน้ำมัน จนถึงใช้พลังงานนิวเคลียร์ จากการที่คนไทยมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับน้ำ ก่อให้เกิดพิธีกรรมหรือประเพณีที่เกี่ยวข้องกับน้ำ เช่น การลอยกระทง กระทำขึ้นเพื่อเป็นการขอขมาและขอขอบคุณน้ำ ประเพณีการแข่งขันเรือ เป็นต้น

การขนส่งทางน้ำ ถือได้ว่าเป็นการขนส่งที่สะดวกที่สุดในอดีต ทั้งนี้ เนื่องจากการเดินทางทางบกค่อนข้างลำบาก เพราะต้องเดินไปตามป่าเขา เส้นทางลาดชัน การเดินทางทางน้ำจึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด在那个时候 ไม่ว่าจะเป็นเจ้าแผ่นดิน ขุนนาง หรือแม้แต่ประชาชนทั่วไป ก็เดินทางทางน้ำ ดังข้อมูลประวัติศาสตร์ที่ได้มีการบันทึกไว้ เช่น การเสด็จจากเมืองละโว้ไปยังเมืองลำพูนของพระนางจามเทวี

เมื่อกรุงสุโขทัยเริ่มเสื่อมอำนาจลง กรุงศรีอยุธยาเข้ามามีบทบาทในการเป็นเมืองศูนย์กลางการปกครอง การค้าขาย ประกอบกับตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สะดวกต่อการเดินทางทางน้ำ คือสามารถเดินทางไปยังส่วนภูมิภาคตามลำน้ำสำคัญ เช่น แม่น้ำปิง แม่น้ำน่าน และสามารถเดินทางออกทะเลได้ง่าย ส่งผลทำให้กรุงศรีอยุธยากลายเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญในยุคนั้น ในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี โดยเฉพาะในรัชสมัยของพระนารายณ์มหาราช ที่การค้าทางเรือเจริญรุ่งเรืองเป็นอย่างมาก มีการติดต่อค้าขายทางเรือกับต่างชาติ เช่น สเปน ฮอลันดา ญี่ปุ่น อังกฤษ เดนมาร์ก และฝรั่งเศส เข้ามาติดต่อค้าขายตามลำดับ ซึ่งการค้าขายกับต่างชาติจะอยู่ในความควบคุมดูแลของกรมพระคลังสินค้า ซึ่งสันนิษฐานว่าตั้งขึ้นในสมัยพระเจ้าปราสาททอง เป็นหน่วยงานหลวงเพื่อผูกขาดสินค้าบางอย่างเป็นสินค้าต้องห้าม ไม่ให้พ่อค้าประชาชนซื้อขายโดยตรง นอกจากผูกขาดซื้อขายสินค้าแล้ว พระคลังสินค้ายังมีหน้าที่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมเรือสินค้าต่างชาติ ค่าภาษีสินค้าและค่าธรรมเนียมเข้าออก ซึ่งในขณะนั้นเรียกหน่วยงานนี้ว่า “เจ้าท่า”

คำว่า “เจ้าท่า” มีมาตั้งแต่รัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ในรัชกาลพระองค์การค้าขายทางเรือกับต่างชาติปรากฏว่า รุ่งเรืองยิ่งกว่าสมัยใด ๆ ในยุคนั้น คำว่า “เจ้าท่า” สันนิษฐานว่ามาจากภาษาเปอร์เซีย ซึ่งเรียกว่าเจ้าท่าว่า “Shah Bardar”

เจ้าท่าสมัยกรุงธนบุรีเป็นราชธานี พระเจ้าตากสินมหาราช ทรงตั้งเจ้าท่าเพื่อดูแลตรวจตราบรรดาเรือแพ และเก็บค่าธรรมเนียมเรือค้าขายหรือเรือที่เข้าออกประเทศไทย

เจ้าท่าสมัยกรุงรัตนโกสินทร์เป็นราชธานี พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อครั้งยังดำรงพระยศเป็นพระเจ้าลูกยาเธอกรมหมื่น เจษฎาบดินทร์ ได้ว่าการกรมท่า และได้ทรงจัดการคลังของประเทศให้มีรายได้มาก ยิ่งขึ้นกว่าแต่ก่อน

การค้าขายในอดีตที่อาศัยเส้นทางน้ำ ซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมที่สะดวกที่สุด ทั้งทางราชการและราษฎรอาศัยแม่น้ำลำคลองเป็นทางสัญจร มีการขุดลอกคลองให้ลึกหรือขุดคลองเพิ่มเติม หรือเชื่อมโยงแม่น้ำกับแม่น้ำ หรือแม่น้ำกับทะเล เพื่อความสะดวกในการใช้เรือพายหรือเรือแจวชนิดต่างๆ และบางทีก็ใช้เรือใบ เดิมเป็นเจ้าพนักงานคุมเรือสำเภาลงไปทำการค้าขาย

เป็นพนักงานเจ้าท่าแห่งเมืองนครศรีธรรมราช ปัจจุบันมีท่าเรือเปิดใช้งานอยู่ 8 แห่ง และมีท่าเรือส่วนบุคคลอีก 4 แห่ง ได้แก่

1. ท่าเรือกระบี่
2. ท่าเรือกรุงเทพ(คลองเตย)
3. ท่าเรือคลองใหญ่
4. ท่าเรือเชียงของ
5. ท่าเรือเชียงแสน
6. ท่าเรือระนอง
7. ท่าเรือกันตัง
8. ท่าเรือเกาะสีชัง
9. ท่าเรือศรีราชา
10. ท่าเรือมาบตาพุด
11. ท่าเรือภูเก็ต
12. ท่าเรือสงขลา
13. และท่าเรือแหลมฉบัง

ข้อดีของการขนส่งทางน้ำ

1. มีความปลอดภัย
2. ขนส่งได้ปริมาณมาก
3. สามารถส่งได้ระยะไกลๆ

ข้อเสียของการขนส่งทางน้ำ

1. ในฤดูน้ำลดหรือฤดูร้อนน้ำอาจมีน้อย เพราะเรือจะเกยตื้นได้
2. ไม่สามารถกำหนดเวลาที่แน่นอนในการขนส่งได้ ขึ้นอยู่กับภูมิอากาศ
3. มีความล่าช้าในการขนส่งมาก



ภาพที่ 3.3 แสดงการขนส่งโดยใช้เรือ (ที่มา sites.google.com/site/)

การขนส่งทางอากาศ (Air Transportation)



ภาพที่ 3.4 แสดงการขนส่งโดยใช้เครื่องบิน (ที่มา <http://airfreight-logistics.com/th/>)

การขนส่งทางอากาศมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของโลก เพราะเป็นบริการขนส่งที่มีความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น โดยเฉพาะในภาวะปัจจุบันที่ประเทศต่าง ๆ มีการคมนาคมติดต่อกันมากขึ้นส่งผลให้การขนส่งทางอากาศของโลกขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ซึ่งภูมิภาคที่การขนส่งทางอากาศขยายตัวมากที่สุดคือภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ดังนั้นการขนส่งทางอากาศจึงเป็นกิจการสาขารูปโภคประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพของประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศท่าอากาศยานพาณิชย์ของไทยในปัจจุบันมีทั้งหมด 35 แห่ง ประกอบด้วย ท่าอากาศยานระหว่างประเทศ 6 แห่ง และท่าอากาศยานภายในประเทศ 29 แห่ง เส้นทางขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศส่วนใหญ่จะมีจุดเริ่มต้นและปลายทางอยู่ที่ท่าอากาศยานระหว่างประเทศ 5 แห่ง

ศูนย์กลางการขนส่งสินค้าทางอากาศของประเทศไทยอยู่ที่ท่าอากาศยานกรุงเทพ ปัจจุบันการขนส่งสินค้าทางอากาศกำลังมีบทบาทและมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้จากสถิติของสมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย พบว่าในปีพ.ศ.2547 จำนวนปริมาณสินค้าที่ขนส่งทางอากาศ ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ มีปริมาณคิดเป็นน้ำหนัก 1.06 ล้านตันต่อปี จัดเป็นอันดับ 7 ของเอเชีย และอันดับที่ 19 ของโลกในจำนวนนี้เป็นปริมาณสินค้าเพื่อการส่งออก (Total outbound and transit) กว่า 5.5 แสนตันต่อปี ส่วนในด้านมูลค่านั้นประมาณว่าร้อยละ 10 ของมูลค่าส่งออกของไทยหรือประมาณ 3 แสนล้านบาทต่อปี เป็นการขนส่งทางอากาศ ประเภทสินค้าที่นิยมใช้บริการขนส่งทางอากาศส่วนใหญ่ ได้แก่ สินค้าประเภทอุปกรณ์และส่วนประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อัญมณีและของมีค่าต่างๆ นอกจากนี้ยังนิยมขนส่งสินค้าประเภทผักผลไม้ที่ต้องการรักษาสภาพให้คงความสดอยู่เสมอ

ข้อดีของการขนส่งทางอากาศ

1. เสียเวลาในการเดินทางน้อย

2. สามารถเข้าถึงท้องถิ่นไกลๆ หรือเขตทุรกันดารได้

ข้อเสียของการขนส่งทางอากาศ

1. ค่าใช้จ่ายสูง
2. เกิดอุบัติเหตุได้ง่ายกว่าการขนส่งทางอื่น
3. มีอุปสรรคทางด้านดินฟ้าอากาศ

การขนส่งทางท่อ(Pipeline Transportation)



ภาพที่3.5 แสดงการขนส่งทางท่อ (ที่มา <http://www.munjeeed.com>)

การขนส่งทางท่อเป็นระบบขนส่งที่มีลักษณะเฉพาะ เนื่องจากสินค้าที่ขนส่งต้องอยู่ในรูปของเหลวบริเวณที่ท่อผ่านจะต้องมีความชันไม่มากเกินไป เพื่อให้ของเหลวที่ไหลผ่านท่อไม่ไหลย้อนกลับและ ไม่มีการขนส่งเทียวกกลับ สินค้าที่นิยมขนส่งทางท่อ ได้แก่ น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม และก๊าซธรรมชาติ



ภาพที่ 3.6 แสดงกระบวนการกลั่นน้ำมัน (ที่มา <https://sites.google.com>)

ศักยภาพการขนส่งสินค้าทางท่อในปัจจุบัน

ประเทศไทยมีบริษัทที่ให้บริการท่อส่งน้ำมัน 2 บริษัท และศักยภาพการขนส่งทางท่อของ 2 บริษัท ในปัจจุบัน บริษัทแรก คือ บริษัท ท่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด (THAPPLINE) มีการให้บริการท่อส่งน้ำมัน 5 ช่วง และมีการใช้งานประมาณร้อยละ 32 ของขีดความสามารถในการขนส่ง โดยช่วงที่มีการขนส่งมากที่สุด คือ ลำลูกกา-คอนเมือง ร้อยละ 56 รองลงมาเป็น ลำลูกกา-สระบุรี ร้อยละ 30

ท่อน้ำมันช่วงมาบตาพุด-ศรีราชาเพิ่งสร้างเสร็จและเปิดใช้งานในวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2548 โดยคาดว่าจะทำให้อัตราการใช้งานของระบบท่อโดยรวมสูงขึ้นบ้าง เพราะเป็นจุดเชื่อมต่อใหม่ที่เชื่อมโยงโรงกลั่นน้ำมันในบริเวณมาบตาพุดและระยองเข้ากับระบบท่อที่มีอยู่เดิม ส่วนท่อน้ำมันช่วงลำลูกกา-สุวรรณภูมินั้น สร้างเสร็จแล้ว และจะใช้เป็นท่อส่งน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานเพื่อให้บริการแก่สนามบินสุวรรณภูมิที่คาดว่าจะเปิดใช้ในกลางปี พ.ศ. 2549

ส่วนบริษัทที่สอง คือ บริษัท ขนส่งน้ำมันทางท่อ จำกัด (FPT) เปิดใช้งานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 มีการให้บริการท่อส่งน้ำมัน 4 ช่วง ในปัจจุบันก็ยังใช้งานต่ำกว่าขีดความสามารถสูงสุดอยู่มาก โดยในขณะที่ท่อสามารถขนส่งน้ำมันได้ถึงปีละ 9,600 ล้านลิตรต่อปี แต่มีการใช้งานจริงในปัจจุบันเพียง 3,400 ล้านลิตรต่อปี หรือมีอัตราการใช้งานเพียง 36% ซึ่งเป็นอัตราการใช้งานที่ใกล้เคียงกับของท่อ Thappline

จึงเห็นได้ว่าในปัจจุบันการขนส่งทางท่อทั้งของ THAPPLINE และ FPT มีการใช้ประโยชน์ต่ำกว่าขีดความสามารถในการให้บริการขนส่ง ในด้านความปลอดภัยและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การขนส่งน้ำมันทางท่อจะมีความเหมาะสมที่สุดเทียบกับวิธีการขนส่งแบบอื่นๆ การขนส่งน้ำมันทางท่อจะมีความไวสูงสุดและใช้ระยะเวลาในการขนส่งสั้นที่สุด โดยท่อเพียงท่อเดียวสามารถขนส่งน้ำมันได้หลายประเภททั้ง น้ำมันเบนซิน 95 น้ำมันเบนซิน 91 และน้ำมันดีเซล แต่ข้อเสียของการขนส่งทางท่อคือการมีต้นทุนการก่อสร้างค่อนข้างสูง

บริษัท ขนส่งน้ำมันทางท่อ จำกัด (FPT)

ระบบขนส่งน้ำมัน (Pipeline Transportation System)

จากจุดเริ่มต้นของการขนส่งน้ำมันแบบผลิตภัณฑ์รวม (Multi-Products) แห่งแรกในประเทศไทยบริษัทสามารถขนส่งน้ำมันได้หลายชนิดในท่อเดียวกันมีจุดรับน้ำมันเข้าระบบท่อจาก 3 แหล่ง คือ

- โรงกลั่นน้ำมันบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ที่บางจาก
- คลังน้ำมันบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ที่ช่องนนทรี
- คลังน้ำมันบริษัท เชฟรอน (ไทย) จำกัด ที่ช่องนนทรี

ปริมาณน้ำมันจากทั้ง 3 แหล่ง จะถูกจัดส่งผ่านท่อใต้ดินขนานทางรถไฟมายังสถานีสูบน้ำบริเวณช่องนนทรี และถูกส่งด้วยเครื่องสูบน้ำความดันสูงมายังสถานีควบคุม

มักจะส่งไปยังปลายทาง-ทางประกอบด้วยคลังน้ำมันอากาศยานที่ทำอากาศยานในเมือง และ ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ รวมถึงคลังน้ำมันภาคพื้นดินที่คลังน้ำมันบางปะอิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา โดยมีความยาวแนวท่อ 69 กิโลเมตร สำหรับการขนส่งน้ำมันอากาศยานไปยังทำ อากาศยานสุวรรณภูมิจะขนส่งผ่านระบบท่อ ที่ต่อเชื่อมกับ ระบบท่อหลักที่สถานีควบคุม มักกะสัน โดยมีความยาวแนวท่อ 32 กิโลเมตร ด้วยระบบท่อขนส่งน้ำมันที่ทันสมัยได้ มาตรฐานสากล จึงเป็นที่ยอมรับว่าเป็นระบบขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ได้น้ำมันที่มี คุณภาพ สะอาด บริสุทธิ์ และมีการสูญเสียน้ำมันจากการขนส่งน้อยที่สุด

แนวท่อขนส่งน้ำมัน (Pipeline Route)



ภาพที่ 3.7 แสดงแนวท่อขนส่งน้ำมัน (ที่มา <https://sites.google.com>)

ข้อดีของการขนส่งทางท่อ

1. สามารถขนส่งได้ตลอดเวลา ตลอดเวลาและทุกฤดูกาล
2. ขนส่งได้ปริมาณไม่จำกัด
3. สินค้าจะมาถึงจุดหมายปลายทางโดยปลอดภัย สินค้าจะไม่เสียหายหรือสูญหาย
4. ใช้กำลังคนน้อย ลดปัญหาด้านแรงงานสัมพันธ์
5. กำหนดเวลาการขนส่งได้แน่นอนชัดเจน

ข้อเสียของการขนส่งทางท่อ

1. ใช้ขนส่งได้เฉพาะสินค้าที่เป็นของเหลวและก๊าซเท่านั้น
2. การขนส่งท่อนี้ก็ต้องใช้การลงทุนสูง
3. เส้นทางที่สายท่อจะผ่านอาจเจออุปสรรคจากลักษณะธรรมชาติเช่น ต้องผ่านหุบ

เขา ห้วยลึก

4. ข้อจำกัดการขนส่งทางท่อกือ ตัวผลิตภัณฑ์ที่จะขนส่งโดยวิธีนี้ได้ค่อนข้างจำกัด เช่น ถ้าส่งน้ำมันผู้ขนส่งทางท่อกือจะสร้างขึ้นมาเพื่อจะส่งสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะอยู่แล้ว

5. การขนส่งทางท่อกือต้องผ่านหลายประเทศอาจประสบกับภาวะ การเมือง เพราะ บางประเทศ อาจจะไม่อนุญาตให้ผ่านท่อกือได้

6. การตรวจสอบหาจุดบกพร่องทำได้ยากมาก

7. ท่อกือที่ใช้ขนส่งเมื่อวางแล้วเคลื่อนย้ายเปลี่ยนเส้นทางไม่ได้

8. ไม่เหมาะกับการขนส่งในภูมิประเทศที่มีแผ่นดินไหว

ความสำคัญของภาคการส่งออกสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ผลักดันในด้านการขยายการลงทุน และสร้างความต้องการแรงงาน การส่งออก ที่ขยายตัวขึ้นย่อมทำให้ผู้ผลิตต้องขยายการผลิตหรือมีการลงทุนเพิ่มขึ้น และโดยส่วนใหญ่แล้ว ระบบการผลิตของไทยก็เป็นระบบการผลิตที่ใช้แรงงานในสัดส่วนที่มากกว่าเครื่องจักร (Labour Intensive) ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดความต้องการแรงงานเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยในการสร้างความต้องการแรงงานให้แก่ประเทศที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีผลต่อการช่วยยกระดับรายได้ของแรงงานด้วยอีกส่วนหนึ่ง

2. ช่วยในการนำเข้าเงินตราต่างประเทศ ช่วยในด้านการลดการขาดดุลการค้า และดุลการชำระเงิน เพราะในการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นการใช้สกุลเงินต่างประเทศในการชำระค่าสินค้า และส่วนมากก็จะเป็นสกุลเงินหลักๆ ที่เป็นที่ยอมรับกันในตลาดโลก เช่น ดอลลาร์สหรัฐฯ มาร์คเยอรมัน หรือเยน เมื่อส่งสินค้าออกไปแล้วก็จะทำให้ได้เงินตราต่างประเทศเข้ามา และเมื่อจะต้องนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศก็จะทำให้มีเงินไปชำระค่าสินค้านั้นได้ และเงินตราต่างประเทศที่ได้ก็จะมีส่วนต่อปริมาณเงินสำรองของประเทศอีกด้วย

3. ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ในการส่งสินค้าออกนั้นส่วนหนึ่งเป็นเพราะระดับราคาของสินค้าที่ส่งออกส่วนมากอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น จึงทำให้สินค้านั้นเข้าไปแข่งขันในตลาดโลกได้ ซึ่งเป็นไปตามหลักของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) เมื่อประเทศใดสามารถผลิตสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นแล้ว ย่อมแสดงว่าทรัพยากรที่ถูกลำมาผลิตนั้นถูกนำมาใช้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือถ้าสินค้าที่ผลิตได้มีระดับราคาที่สูงกว่าการนำเข้าจากต่างประเทศแล้ว ก็ควรนำเข้าสินค้านั้นมากกว่า แล้วนำทรัพยากรต่างๆ ที่ผลิตสินค้านั้นไปผลิตสินค้าอื่นที่สามารถผลิตได้โดยต้นทุนที่ต่ำกว่าแทน

4. ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ทรัพยากร เป็นการพิจารณาในการนำวัตถุดิบต่างๆ มาแปรรูปก่อนส่งออก ซึ่งจะทำให้สินค้านั้นๆ มีมูลค่าสูงขึ้น เช่น แทนที่จะส่งออกในรูปแบบของผ้าผืน แต่เปลี่ยนมาเป็นการส่งออกเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปแทน ซึ่งมูลค่าของสินค้านั้นย่อมสูงขึ้นอันจะทำให้ได้กำไรเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

5. เป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตลง (Economy of Scale) ถ้าเดิมผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าเพื่อป้อนตลาดในประเทศเพียงอย่างเดียว ปริมาณการผลิตจึงไม่สูงมากนัก แต่ถ้ามีการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศด้วย ปริมาณการผลิตก็จะเพิ่มขึ้น จากกำลังผลิตเดิมที่มีอยู่ก็จะเพิ่มกำลังผลิตเพิ่มขึ้นให้เต็มกำลังผลิต หรืออาจเป็นการขยายกำลังผลิตขึ้น เหล่านี้ย่อมเป็นการช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำลง หรือเป็นการผลิต ณ จุดที่มีระดับต้นทุนต่ำสุด อันจะเป็นการช่วยให้ได้กำไรเพิ่มขึ้น

6. ช่วยสร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การขยายและกระจายการส่งออกจะช่วยปรับปรุงระดับเทคโนโลยีในการผลิต และการบริหาร เพราะในตลาดโลกย่อมมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่จะกระตุ้นให้ผู้ส่งออกต้องปรับปรุงสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิตตลอดจนการจัดการ อันจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นการช่วยยกระดับของเทคโนโลยีของประเทศอีกทางหนึ่ง

7. ช่วยลดการพึ่งพิงสินค้าจากต่างประเทศ เป็นการพิจารณาในการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า (Import substitution) เพราะเดิมเราต้องนำเข้าสินค้าต่างๆ ที่ยังไม่สามารถผลิตได้ หรือผลิตได้แต่มีต้นทุนที่สูงกว่าการนำเข้า แต่เมื่อเราพยายามพัฒนาให้สามารถผลิตสินค้านั้นได้แล้ว ก็จะลดการนำเข้าลง ขณะเดียวกันนอกจากจะผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศแล้ว ก็มุ่งไปหาตลาดในต่างประเทศ (Export Oriented) เพื่อให้ได้ปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น อันจะเป็นการช่วยต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำลง

การเตรียมพร้อมในการประกอบธุรกิจการส่งออก

การประกอบธุรกิจส่งออก มีสิ่งที่สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเบื้องต้น 6 ประการ ได้แก่ ความพร้อมของผู้ส่งออก สินค้า ตลาด การทำสัญญา การชำระเงิน และพิธีการส่งออก โดยผู้ประกอบการที่จะเข้าสู่ธุรกิจส่งออกควรพิจารณาที่ตลาดหรือสินค้านั้นก่อน ส่วนผู้ส่งออกที่เป็นผู้ผลิตและมีสินค้าพร้อมอยู่แล้ว ก็จะพิจารณาในส่วนของการมุ่งหาตลาดที่เหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตโดยไม่ต้องพิจารณาเลือกสินค้าอีก แล้วจึงมาพิจารณาเกี่ยวกับการทำสัญญา การชำระเงิน และพิธีการทางศุลกากร

1. การจัดการ ผู้ส่งออกจะต้องมีความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้านเงินทุน โดยพิจารณาว่าต้นทุนของเงินทุนที่ธุรกิจใช้อยู่สูงมากน้อยเพียงไร สามารถแบกรับได้มากน้อยแค่ไหน โดยเมื่อเปรียบเทียบแล้วคุ้มกับการลงทุนหรือไม่

1.2 ด้านสถานที่ดำเนินการ เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับสำนักงานเครื่องมืออุปกรณ์ตลอดจนการกำหนดแนวทางที่จะดำเนินธุรกิจประเภทใด คือเป็นการกำหนดประเภทและเป้าหมายของกิจการให้ชัดเจน

1.3 ด้านบุคลากร กิจการต้องมีพนักงานที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่ง และมีจำนวนที่เพียงพอกับปริมาณของงาน

1.4 การสร้างความเชื่อถือ และทำความรู้จักลูกค้า นับว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากประเด็นหนึ่ง เพราะการดำเนินธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้จัก และความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ เพราะการที่ผู้ซื้อเชื่อถือในกิจการแล้ว ความร่วมมือกันในการทำธุรกิจก็จะดีขึ้นด้วย

1.5 ประเมินกำลังผลิต และความสามารถในการส่งออก ควรจะพิจารณาสินค้าก่อน ประเมินว่าสินค้าใดเป็นสินค้าที่กิจการสามารถส่งออกได้ โดยประเมินกำลังการผลิตโดยรวมของกิจการ หากเกิดการสั่งซื้อที่มากกว่ากำลังผลิตแล้ว ไม่สามารถผลิตได้ หรืออาจผลิตได้แต่คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ก็จะทำให้เกิดปัญหากับลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิเสธการยอมรับของลูกค้าได้



ภาพที่ 3.8 ขั้นตอน การดำเนินธุรกิจส่งออก (ที่มา <http://ftal.co.th>)

2. การเลือกสินค้าและการผลิต

2.1 ผู้ส่งออกมีความสนใจสินค้าชนิดใดเป็นพิเศษหรือไม่ ในการเลือกสินค้าของผู้ส่งออกรายใหม่ควรทดลองกับสินค้าที่ไม่มากชนิดก่อน 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 ผู้ส่งออกควรเข้าใจในหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาเพื่อการส่งออก ในการส่งออกต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่าย และภาวะการแข่งขันในตลาดด้วย แต่โดยปกติแล้วราคาเพื่อส่งออก จะต่ำกว่าราคาที่ขายในประเทศ เพราะเป็นการขายในปริมาณมากกำไรโดยรวมก็จะมากขึ้น ขณะเดียวกันก็จะได้รับสิทธิพิเศษจากรัฐด้วย เช่น การยกเว้นภาษีการค้า ซึ่งสามารถนำมาหักจาก ต้นทุนสินค้าได้ และการเสนอราคาในการส่งออกส่วนใหญ่จะคิดเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ และ ต้องระบุเงื่อนไขหรือ Term ของการเสนอราคา (Quotation Term หรือ Inco Term) ด้วยทุกครั้ง วิธีที่ นิยมใช้ ได้แก่

F.O.B (Free on Board) เป็นราคาที่รวมค่าใช้จ่ายทุกชนิดจนถึงสินค้าขึ้นเรือ หรือเครื่องบิน แต่ไม่รวมค่าระวาง และค่าประกันสินค้า

CFR หรือ CNF (Cost and Freight) คือราคา F.O.B. บวกด้วยค่าระวางถึงเมือง ปลายทาง

CIF (Cost, Insurance and Freight) คือราคา CFR รวมค่าประกันภัยการประกัน สินค้า

2.5 ผู้ส่งออกควรมีมาตรการในการควบคุมคุณภาพสินค้า ผู้ส่งออกจะต้อง ควบคุมสินค้าให้มีความสม่ำเสมอในด้านคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อ และเป็นที่ยอมรับ ของตลาด

2.6 ผู้ส่งออกต้องมีความพร้อมในการออกแบบสินค้า หรือปรับปรุงสินค้าให้ เหมาะสมกับผู้ซื้อเนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละตลาดย่อมมีรสนิยมและความต้องการที่แตกต่างกัน การพัฒนาการออกแบบสินค้า จะช่วยให้สามารถปรับให้สินค้ามีความเหมาะสมกับตลาดได้ ซึ่งจะ ทำให้สามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น

3. การเลือกตลาด การเลือกตลาดสามารถทำได้ 2 วิธีคือ

3.1 การวิจัยจากข้อมูลทุติยภูมิ (Desk Research) เป็นการวิจัยที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ แต่ ข้อมูลที่ได้จะไม่ลึก เพราะเป็นการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแหล่งต่างๆ เช่น สำนักงานที่ปรึกษาการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก สภาหอการค้า สำนักงาน ESCAP ฯลฯ โดยวิธีการทำ Desk Research พิจารณาได้จาก ข้อมูลทางสถิติของการนำเข้าส่งออกย้อนหลัง 3-5 ปี เพื่อให้การวิเคราะห์ตัวเลขเกิดความเชื่อมั่นได้ ข้อมูลที่ใช้ได้แก่ จำนวนประชากร (Population Size) เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการเลือกตลาดสินค้า โดยใช้ในการประเมินความต้องการของ ตลาด แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาร่วมกับอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ของประชากรในประเทศนั้น ๆ ด้วย ภาวะการแข่งขัน ในตลาดเป้าหมาย พิจารณาว่าประเทศใดมีส่วนทางการตลาดในประเทศ นั้นมากน้อยเพียงไรเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันในตลาดนั้นๆ เพราะข้อมูลที่ได้ สามารถนำมาเปรียบเทียบหาข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของประเทศนั้นๆ แล้วนำมาปรับในกลยุทธ์ใน การแข่งขันของเราได้กฎระเบียบการนำเข้าของตลาดเป้าหมาย พิจารณามีข้อจำกัด หรือ

กฎระเบียบใดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จะส่งออก เพื่อจะได้เตรียมเอกสารให้ถูกต้อง และครบถ้วน จะได้ไม่เกิดปัญหาในการนำสินค้าเข้าประเทศนั้นๆ

3.2 การวิจัยโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Field Research) เป็นการวิจัยในภาคสนาม ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง เป็นการใช้ข้อมูลในลักษณะปฐมภูมิ (Primary Data) การทำวิจัยวิธีนี้ผู้ทำจะต้องมีประสบการณ์และความรู้ทางการตลาดเป็นอย่างดี โดยมีวิธีการทำดังนี้ เดินทางไปศึกษาตลาดด้วยตนเอง วิธีนี้จะมีค่าใช้จ่ายสูงมาก แต่โอกาสที่จะได้ข้อมูลที่ต้องการจะมียู่มาก เพราะจะได้เห็นถึงสภาพตลาดที่แท้จริง ความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคในตลาด ตลอดจนจะมีโอกาสได้ติดต่อโดยตรงกับผู้นำเข้าอีกด้วยติดต่อขอข้อมูลจากสำนักงานพาณิชย์ไทยในต่างประเทศ อาจไม่ได้ผลดีเท่ากับวิธีแรก จะได้เพียงข้อมูลเบื้องต้นไม่ละเอียด แต่ค่าใช้จ่ายก็จะต่ำกว่า

ข้อสำคัญในการเลือกตลาดในการเลือกตลาดผู้ส่งออกควรมีความรู้ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

Market Size ควรทราบขนาดของตลาดที่ต้องการส่งสินค้าไปขาย โดยพิจารณาจาก Population และ Purchasing Power ประชากรและกำลังซื้อ

Political Economic พิจารณาด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศที่จะส่ง

Stability สินค้าไปขายว่ามีความมั่นคงมากน้อยเพียงใด

Growth Trend เป็นการพิจารณาด้านแนวโน้มการขยายตัวของการนำเข้าโดยศึกษาได้จาก ข้อมูลทางสถิติต่างๆ ย้อนหลังประมาณ 3-5 ปี คู่แข่งขัน คู่แข่งขันที่สำคัญส่วนแบ่งตลาด และ การส่งเสริมการขายในตลาดนั้นๆ ช่องทางการจัดจำหน่าย การศึกษาสู่ทางการจัดจำหน่ายจะทำให้สามารถเลือกติดต่อกับลูกค้าได้ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ในการตั้งราคาอีกด้วย

Legal Requirement ต้องมีความเข้าใจในกฎระเบียบการนำเข้าว่ามีขั้นตอนหรือข้อจำกัดอะไร บ้าง อัตราอากรการนำเข้า ผู้ส่งออกจะต้องมีความรู้ในด้านเหล่านี้เพื่อ จะได้เตรียมพร้อมที่จะส่งออกโควตาและใบอนุญาต ไปยังตลาดนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง การขนส่ง ผู้ส่งออกจะต้องศึกษาถึงขั้นตอนและวิธีการส่งออก ตลอดจนค่าระวาง และระยะเวลา ในการขนส่ง เพื่อจะได้กำหนดวันส่งมอบสินค้าได้อย่างถูกต้อง ข้อกำหนดของประเทศ ผู้ส่งออกจะต้องมีความเข้าใจว่าประเทศนั้น มีข้อกำหนดอะไรบ้าง เพื่อจะได้เตรียมพร้อมในการแก้ไขปัญหาล่วงหน้า

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

Proforma Invoice เป็นเอกสารที่ผู้ขายส่งให้ผู้ซื้อเพื่อเป็นการเสนอ หรือยืนยัน การเสนอราคาและเงื่อนไขต่างๆ ในการขายสินค้านั้นๆ

Purchase Order เมื่อผู้ซื้อตกลงตามราคา และเงื่อนไขใน Proforma Invoice แล้ว จะส่งหนังสือ การสั่งซื้อ (Purchase Order) มาให้ผู้ขายเพื่อเป็นการตอบรับและสั่งซื้อสินค้า ตาม ราคา และเงื่อนไขดังกล่าว

Sale Confirmation เป็นสัญญาการซื้อขาย ซึ่งผู้ขายส่งให้แก่ผู้ซื้อเพื่อเป็นการ ยืนยัน หรือตอบรับ การสั่งซื้อนั้นอีก (ซึ่งในทางปฏิบัติบางครั้งอาจจะไม่จำเป็นก็ได้)

5. การชำระเงิน (Term of Payment) การชำระเงินมีความสำคัญมากในการส่งออก เนื่องจากไม่ใช่เป็นการขายภายในประเทศ ที่ลูกค้าจะสามารถเลือกดูสินค้า และส่งสินค้าได้ทันที ทั้ง ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ห่างไกลกันมาก หากเกิดปัญหาสินค้าไม่ตรงตามคุณภาพที่ต้องการ หรือมีปัญหา เรื่องการชำระเงินแล้ว จะมีความยุ่งยากมากในการติดตาม สำหรับการชำระเงินที่ปฏิบัติกัน ใน ปัจจุบัน มีดังนี้

5.1 การจ่ายเงินล่วงหน้า วิธีนี้ผู้ซื้อจะส่งเงิน (Bank Draft หรือการโอนเข้าบัญชี ผู้ขาย) ให้ (Cash or Advance Payment) แก่ผู้ขายไปก่อน เมื่อผู้ขายได้รับเงินแล้วจึงจะส่งสินค้ามา ให้ผู้ซื้อ วิธีนี้ผู้ซื้อค่อนข้างจะเสียเปรียบมากหากไม่คุ้นเคยหรือรู้จักผู้ขายเป็นอย่างดี

5.2 การจ่ายเงินเชื่อ วิธีนี้จะตรงกันข้ามกับวิธีแรก คือผู้ขายจะส่งสินค้ามาให้ผู้ ซื้อก่อน (Open Account) และได้รับชำระเงินจากผู้ซื้อภายหลัง ซึ่งอาจจะมีการตกลงกันว่าภายในกี่ วัน เช่น 30 หรือ 60 วัน ซึ่งผู้ขายจะเป็นผู้เสียเปรียบ

5.3 Consignment เป็นการจ่ายเงินเมื่อผู้ซื้อสามารถขายสินค้านั้นได้แล้วหรือ เรียกว่าการขายฝาก ซึ่งถ้าผู้ซื้อเอาสินค้าไปแล้วและยังขายต่อไม่ได้ ก็ยังไม่ต้องจ่ายเงินให้แก่ผู้ขาย

5.4 Documents Against Payment เป็นการจ่ายเงินก่อนนำเอกสารไปออกสินค้า วิธีนี้ผู้ขายจะส่ง (D/P) เอกสารที่ใช้ในการออกสินค้าไปให้แก่ธนาคารในประเทศของผู้ซื้อ เมื่อผู้ซื้อ มาจ่ายเงินค่าสินค้าที่ธนาคารแล้ว จึงสามารถเอาเอกสาร นั้นไปออกสินค้าได้ ซึ่งมีทั้งการจ่ายเงิน ทันที (At Sight) หรือจ่ายภายหลัง (Term 30, 60 หรือ 90 วัน)

5.5 Documents Against Acceptance เป็นการจ่ายเงินโดยผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงิน แล้วนำเอกสารไปออก (D/A) สินค้า วิธีนี้คล้ายกับวิธี D/P คือเอกสารทั้งหมดจะส่งให้แก่ธนาคารใน ประเทศของผู้ซื้อ แต่ผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงินแล้วนำเอกสารไปออกสินค้าได้เลย โดยยังไม่ต้องจ่ายเงิน และก็อาจจะสามารถไม่จ่ายเงิน ภายหลังก็ได้

5.6 Letter of Credit (L/C) วิธีนี้เป็นวิธีที่ดีและเหมาะสมมาก ไม่มีการเสี่ยงทั้งผู้ ซื้อและผู้ขายโดยเมื่อมีการตกลงซื้อขายกันแล้ว ผู้ซื้อจะเปิด L/C นี้ โดยธนาคาร ของผู้ซื้อมายังผู้ขาย โดยผ่านธนาคารของผู้ขาย โดยจะระบุเงื่อนไข ต่างๆ ใน L/C นั้น และเมื่อผู้ขายได้จัดส่งสินค้า

ถูกต้องตามเงื่อนไขใน L/C ให้แก่ผู้ซื้อแล้วก็สามารถนำเอกสารในการส่งออกไปขึ้นเงินกับธนาคารของผู้ขายได้

5.7 การตกลงใช้วิธีการชำระเงินต่างๆ เหล่านี้ ขึ้นกับความเชื่อถือนั่นเองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย หรือในบางกรณีขึ้นกับว่าความต้องการจะขายหรือซื้อสินค้ามากน้อยแค่ไหน เช่น ถ้าผู้ซื้อต้องการสินค้าชนิดนี้มากหรือหาซื้อไม่ได้ง่ายนัก ก็อาจจะยอมจ่ายเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ขายก่อนก็ได้ ซึ่งแต่ละวิธีก็มีความได้เปรียบเสียเปรียบหรือความเสี่ยงมากน้อยไม่เท่ากัน แต่วิธีที่นิยมใช้กันมากในการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ซื้อและผู้ขายเพิ่งจะรู้จักกันก็คือ การเปิด L/C

6. พิธีการส่งออก

พิธีการส่งออกเป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการส่งออกสินค้า แต่ก็ยังเป็นขั้นตอนที่มีความซับซ้อนมากขั้นตอนหนึ่ง แต่ถ้าได้มีการศึกษาและเตรียมพร้อมล่วงหน้าแล้วก็จะไม่มีความยุ่งยาก เพราะรัฐบาลเองก็ส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศอยู่แล้ว จึงได้พยายามลดขั้นตอนหรืออุปสรรคต่างๆ ลงเพื่อช่วยให้ผู้ส่งออกเกิดความสะดวกรวดเร็วในการจะส่งออกสินค้า เอกสารที่ใช้ในการส่งออกโดยทั่วไปประกอบด้วย

1. ใบขนสินค้าขาออก
2. บัญชีราคาสินค้า (Invoice)
3. ใบอนุญาต หรือหนังสือรับรอง
4. คำร้องต่าง ๆ (ถ้ามี)
5. ใบแนบใบขนสินค้าขาออก (กรณีเป็นสินค้าที่จะขอคืนอากรตามมาตรา 19)
6. เอกสารอื่นๆ เช่น แค็ตตาล็อก เอกสารแสดงส่วนผสม เป็นต้น

ในการส่งออกสินค้า ผู้ส่งออกก็ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และประกาศที่กรมศุลกากรและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการส่งออกกำหนดไว้ให้ครบถ้วนเช่นเดียวกับการนำเข้า โดยมีคำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร และปฏิบัติตามขั้นตอนพิธีการศุลกากรในการส่งออกสินค้า ดังนี้

1. ประเภทใบขนสินค้าขาออก เป็นแบบพิมพ์ที่ทางของกรมศุลกากรได้กำหนดให้ผู้ส่งออกต้องยื่นต่อกรมศุลกากรในการส่งออกสินค้า ซึ่งจำแนกออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

(1) แบบ กศก.101/1 ใบขนสินค้าขาออก ใช้สำหรับการส่งออกในกรณี

ดังต่อไปนี้

- 1.1 การส่งออกสินค้าทั่วไป
- 1.2 การส่งออกของส่วนบุคคลและเอกสิทธิ์
- 1.3 การส่งออกสินค้าประเภทส่งเสริมการลงทุน (BOI)
- 1.4 การส่งออกสินค้าจากคลังสินค้าทัณฑ์บน
- 1.5 การส่งออกสินค้าที่ขอชดเชยค่าภาษีอากร

1.6 การส่งออกสินค้าที่ขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ

1.7 การส่งออกสินค้าที่ต้องการใบสุทธินำกลับ

1.8 การส่งสินค้ากลับออกไป (RE-EXPORT)

(2) แบบ กศก.103 คำร้องขอผ่อนผันรับของ/ส่งของออกไปก่อน ใช้สำหรับการขอส่งสินค้าออกไปก่อนปฏิบัติพิธีการใบขนสินค้าขาออกในลักษณะที่กรมศุลกากรกำหนดไว้ในประมวลระเบียบปฏิบัติศุลกากร พ.ศ. 2544

(3) แบบ A.T.A. Carnet ใบขนสินค้าสำหรับนำของเข้าหรือส่งของออกชั่วคราว ใช้สำหรับพิธีการส่งของออกชั่วคราวในลักษณะที่กำหนดในอนุสัญญา

(4) ใบขนสินค้าพิเศษสำหรับรถยนต์และจักรยานยนต์นำเข้าหรือส่งออกชั่วคราว ใช้สำหรับการส่งออกรถยนต์และจักรยานยนต์ชั่วคราว

เอกสารที่ผู้ส่งออกควรจัดเตรียมในการส่งออกสินค้าแบบส่งออกต่างประเทศ

(1) ใบขนสินค้าขาออก ประกอบด้วยต้นฉบับและสำเนา 1 ฉบับ

(2) บัญชีราคาสินค้า (Invoice) 2 ฉบับ

(3) แบบธุรกิจต่างประเทศ (Foreign Transaction Form)

(4) ใบอนุญาตส่งออกหรือเอกสารอื่นใดสำหรับสินค้าควบคุมการส่งออก

(5) เอกสารอื่น ๆ (ถ้ามี)

ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการส่งออกสินค้า

(1) ผู้ส่งออกหรือตัวแทนส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกและบัญชีราคาสินค้า (Invoice) ทุกรายการจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งออกหรือตัวแทนมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร โดยผ่านบริษัทผู้ให้บริการระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

(2) เมื่อเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรตรวจสอบข้อมูลในใบขนสินค้าขาออกส่งมาถูกต้องครบถ้วนแล้ว จะออกเลขที่ใบขนสินค้าขาออกและตรวจสอบเงื่อนไขต่างๆที่กรมศุลกากรกำหนดไว้ เพื่อจัดกลุ่มใบขนสินค้าขาออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้และแจ้งกลับไปยังผู้ส่งออกหรือตัวแทน เพื่อจัดพิมพ์ใบขนสินค้า

– ใบขนสินค้าขาออกที่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Red Line) สำหรับใบขนส่งสินค้าในประเภทนี้ ผู้ส่งออกหรือตัวแทนต้องนำใบขนสินค้าไปติดต่อกับหน่วยงานประเมินอากรของท่า

– ใบขนสินค้าขาออกที่ไม่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Green Line) สำหรับใบขนสินค้าขาออกประเภทนี้ ผู้ส่งออกสามารถชำระค่าอากร (ถ้ามี) และดำเนินการนำสินค้าไปตรวจปล่อยเพื่อส่งออกได้เลยโดยไม่ต้องไปพบเจ้าหน้าที่ประเมินอากร

ข้อควรทราบเพิ่มเติมในการส่งออกสินค้า

(1) ถ้าสินค้าที่ส่งออกเป็นสินค้าที่ผู้ส่งออกประสงค์จะนำกลับเข้ามาในประเทศไทยอีกภายในหนึ่งปีโดยขอยกเว้นอากรขาเข้า ให้เพิ่มคู่ฉบับใบขนสินค้าขาออกอีกหนึ่งฉบับเพื่อใช้เป็นหลักฐานที่เรียกว่า **“ใบสุทธินำกลับ”**

(2) การส่งน้ำมันหรือผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ผลิตในราชอาณาจักรไปจำหน่ายยังต่างประเทศและผู้ส่งออกต้องการขอคืนภาษีน้ำมันของกรมสรรพสามิต ให้เพิ่มคู่ฉบับใบขนสินค้าขาออกอีกหนึ่งฉบับและเขียนหรือประทับตราว่ามีข้อความว่า **“ขอคืนภาษีน้ำมันหรือผลิตภัณฑ์น้ำมัน”** ไว้ตอนบนใบขนสินค้าขาออกและคู่ฉบับ

(3) สำหรับท่ากรุงเทพ การส่งสินค้า Re-Export ไปยังประเทศสปป.ลาว และประเทศจะขอคืนอากรขาเข้า ให้เพิ่มคู่ฉบับใบขนสินค้าขาออกอีกหนึ่งฉบับแนบติดกับต้นฉบับใบขนสินค้าขาออกด้วย

(4) การส่งออกที่ผู้ส่งออกประสงค์จะได้เอกสารส่งออกจากกรมศุลกากรเพื่อขอรับเงินชดเชยอากร จะต้องยื่นคู่ฉบับใบขนสินค้าขาออกอีกหนึ่งฉบับ ซึ่งมีลักษณะพิเศษคือมีสีน้ำเงินที่มุมทั้ง 4 มุม

(5) สินค้าส่งออกที่ขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ จะต้องยื่นใบแนบใบขนสินค้าขาออก เพื่อขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ

(6) สถานที่สำหรับตรวจสินค้าขาออก มีดังนี้- ท่าศุลสถาน (ท่ากองตรวจสินค้าขาออกเดิม) หรือ ณ ทำเนียบท่าเรือที่ได้รับอนุมัติสำหรับการนำเข้า - ส่งออก

6.1 งานตรวจคอนเทนเนอร์และสถานีตรวจสอบขาออก (Main Gate) ฝ่ายตรวจสินค้าที่ 2 ภายในบริเวณท่าเรือกรุงเทพ

6.2 สถานีตรวจและบรรจุสินค้าเข้าคอนเทนเนอร์เพื่อการส่งออก

6.3 สำหรับข้าว แร่ ยาง ณ โรงเก็บข้าว โรงสีข้าว โรงเก็บแร่ โรงเก็บ ยาง อันได้รับอนุมัติตามมาตรา 7(4) แห่ง พ.ร.บ.ศุลกากร พ.ศ. 2469

6.4 โรงพักสินค้าสำหรับตรวจของขาเข้า และบรรจุของขาออกที่ขนส่งโดยระบบคอนเทนเนอร์ นอกเขตท่าทำเนียบท่าเรือ

6.5 ทำเนียบท่าเรือเอกชน- เขตอุตสาหกรรมส่งออกต่าง ๆ

6.6 โรงงานหรือสถานประกอบการของผู้ส่งออก

6.7 ด่านศุลกากรภูมิภาคต่าง ๆ

ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการ

พิธีการส่งออกมีความคล้ายคลึงกับพิธีการนำเข้า ข้อมูลใบขนสินค้าขาออกจะเข้าสู่กระบวนการโดยอัตโนมัติทันทีที่ระบบ คอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรได้รับข้อมูลดังกล่าวจากผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยปกติพิธีการทางศุลกากรเพื่อการส่งออกประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การโอนถ่าย และ/หรือ การยื่นข้อมูลใบขนสินค้า: พิธีการส่งออกเริ่มต้นเมื่อผู้ส่งออกหรือตัวแทน ส่งข้อมูลใบขนส่งสินค้าโดยใช้ eb-XML ผ่านระบบ VAN หรืออินเทอร์เน็ตเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร

2. การตรวจสอบพิสูจน์การสำแดงข้อมูล: ขั้นตอนที่ 2 คือการตรวจสอบพิสูจน์การสำแดงข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ผู้ส่งออกยื่นมาทันทีที่ระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรได้รับข้อมูลใบขนสินค้าขาออก ข้อมูลจะได้รับจะถูกตรวจสอบ ในกรณีที่ข้อมูลที่ตรวจสอบแล้วไม่ปรากฏข้อผิดพลาดใดๆ ระบบจะออกเลขที่ใบขนสินค้าโดยเชื่อมต่อกับระบบ e-Payment (หากมีภาระภาษีอากร) ต่อจากนั้นระบบจะส่งข้อความตอบกลับไปยังผู้ส่งออกหรือตัวแทน

3. การชำระภาษีอากร: ขั้นตอนที่ 3 คือการชำระภาษีอากรหรือการวางประกันที่เกี่ยวข้อง ในปัจจุบันสามารถชำระได้ 3 วิธี: ชำระที่กรมศุลกากรชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) และชำระที่ธนาคาร

4. การตรวจและการปล่อยสินค้า: ขั้น ตอนสุดท้ายคือการตรวจและปล่อยสินค้าจากอารักขาของศุลกากร ในขั้นนี้ freight forwarder บรรจุสินค้าในตู้สินค้าและส่งรายงานสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร ระบบจะสร้างเลขที่กำกับกับการขนย้ายสินค้า และส่งข้อความไปยัง freight forwarder หลังจากนั้น freight forwarder พิมพ์ใบกำกับการขนย้ายที่ระบุหมายเลข และเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังท่าที่ส่งออก ในขั้นนี้ ต้องผ่านการเปิดตรวจ (Red Line) หรือยกเว้นการตรวจ (Green Line) หากเป็นใบขนฯยกเว้นการตรวจจะใช้เวลาไม่นานมาก ขณะที่สินค้าที่ต้องเปิดให้ตรวจจะถูกเคลื่อนย้ายเพื่อเตรียมให้เจ้าหน้าที่ ศุลกากรตรวจ ขั้นตอนการทำ ส่งออก นำเข้า ในกรณีที่ใช้ Letter of Credit เป็นการชำระเงินในการทำการค้าระหว่างประเทศ (Export-Import procedure when using Irrevocable Documentary Credit as a term of payment)

- 4.1 ต้องทำการวิจัยตลาดเสียก่อน (Market Research)
- 4.2 ต้องทำการวิจัยลูกค้าและความต้องการของลูกค้า (Customer research)
- 4.3 ต้องตรวจสอบเครดิตและข้อมูลทางการเงินของลูกค้า
- 4.4 ทำการเสนอราคาให้ลูกค้า (Offer)
- 4.5 มีการสรุปการซื้อขายกัน (Order & acknowledgment)
- 4.6 มีการทำสัญญาซื้อขายกัน (Sales Contract or Trade contract)
- 4.7 ลูกค้าต้องขออนุญาตนำเข้าสินค้า และ ขอคำแนะนำจากกรมศุลกากร

4.8 ผู้นำเข้าขออนุญาตนำเข้าสินค้า (Import Licence)

4.9 ผู้นำเข้าเปิด Letter of Credit ให้ผู้ส่งออก ผ่านทางธนาคารผู้ซื้อ

4.10 ธนาคารผู้ซื้อแจ้งการเปิด Letter of Credit ให้ผู้ขาย หรือ ผู้ส่งออก ผ่านธนาคารผู้ขาย (Advising and Receiving L/C)

4.11 ผู้ส่งออกขออนุญาตส่งออก (Export Licence) (If needed) สำหรับสินค้าที่รัฐบาลจำกัดการส่งออกหรือควบคุมการส่งออก

4.12 ผู้ส่งออก ทำการ confirm การส่งออกและ ประสานการส่งออก กับหน่วยงานต่างๆ (Secure Exporting Goods)

4.13 ผู้ส่งออกติดต่อและทำสัญญากับบริษัทประกันภัยและติดต่อบริษัทขนส่ง (Insurance and Transportation Contract)

4.14 ผู้ส่งออกทำพิธีการศุลกากรส่งออก (Export Customs Clearance)

4.15 ผู้ส่งออกทำการส่งออกสินค้า (Shipment)

4.16 ผู้ส่งออกนำเอกสารเรือไปขายผ่านธนาคารเพื่อขึ้นเงินตาม Letter of Credit (Negotiation of Letter of Credit)

4.17 ผู้ส่งออกส่ง เอกสารเรือ ให้ผู้นำเข้าและแจ้งการมาถึงของเรือที่ปลายทาง (Sending / Notifying Shipping Documents Arrival)

4.18 ผู้นำเข้าชำระเงินค่าสินค้ากับธนาคารตาม Letter of Credit) และรับเอกสารเรือออกไปเพื่อออกของ (Import Earning Payment and Taking over Shipping Documents)

4.19 ผู้นำเข้าเดินพิธีการศุลกากรนำเข้า ชำระภาษีอากร และขนสินค้าออกจากท่าเรือ (Customs Clearance and Import Duties and Inland Transportation)

4.20 ผู้นำเข้าตรวจรับสินค้านำเข้า (Accepting Import Goods)

4.21 ผู้นำเข้าอาจขอภาษีอากรนำเข้าที่จ่ายไปสำหรับสินค้านำเข้าที่นำเข้ามาเพื่อผลิตเพื่อการส่งออก เช่น มาตรา 19 ทวิ

4.22 หากสินค้านำเข้ามีปัญหาเรื่องคุณภาพ หรือปริมาณ ผู้นำเข้าจะต้องรีบแจ้งผู้ส่งออก ทันที (Claim and Compensation)

ขั้นตอนการเรียกเก็บเงินค่าสินค้า

1. เมื่อส่งสินค้าลงเรือหรือเครื่องบินแล้ว ผู้ส่งออกก็ส่งเอกสารสำคัญไปให้ธนาคารของผู้ขายเพื่อเรียกเก็บเงิน เอกสารที่สำคัญได้แก่

1.1) L/C หรือใบสั่งซื้อ

1.2) Bill of Lading ออกให้โดยตัวแทนเรือหรือเครื่องบินที่ขนส่ง

1.3) Invoice

1.4) Packing List

1.5) Bill of Exchange

2. ธนาคารของผู้ขายตรวจสอบเอกสารแล้วส่งให้ธนาคารของผู้ซื้อในต่างประเทศ

3. ธนาคารของผู้ซื้อแจ้งให้ผู้ซื้อไปจ่ายเงิน แล้วโอนเงินที่จ่ายนี้ให้ผู้ส่งออก

ใบขนสินค้าขาออกและเอกสารอื่นที่ใช้แทนใบขนสินค้าขาออก แบบพิมพ์ที่กรมศุลกากรกำหนดให้ผู้ส่งออกใช้สำหรับพิธีการศุลกากรดังนี้

1. ใบขนสินค้าขาออก (กศก. 101/1) ใช้สำหรับพิธีการดังนี้

1.1 พิธีการใบขนสินค้าขาออกทั่วไป

1.2 พิธีการส่งออกส่วนบุคคลและเอกสิทธิ์

1.3 พิธีการส่งออกของประเภทส่งเสริมการลงทุน (BOI)

1.4 พิธีการส่งออกคลังสินค้าทัณฑ์บน

1.5 พิธีการส่งออกของเขตเศรษฐกิจ

1.6 พิธีการขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ

1.7 พิธีการใบสุทธินำกลับ

1.8 พิธีการส่งกลับ (Re-Export)

2. คำร้องขอผ่อนผันรับของ/ส่งของออกไปก่อน (กศก. 103) ใช้สำหรับพิธีการส่งออกไปก่อนปฏิบัติพิธีการใบขนสินค้าขาออก

3. ใบขนสินค้าสำหรับนำเข้าหรือส่งออกชั่วคราว (A.T.A. Carnet) ใช้สำหรับพิธีการส่งออกชั่วคราว

4. ใบขนสินค้าสำหรับรถยนต์และจักรยานยนต์นำเข้าหรือส่งออกชั่วคราว ใช้สำหรับพิธีการส่งออกชั่วคราว

การส่งข้อมูลเข้าระบบเพื่อปฏิบัติพิธีการส่งออกสินค้า

1. การปฏิบัติพิธีการศุลกากร ผู้ได้รับอนุมัติให้ลงทะเบียนเป็นผู้ปฏิบัติพิธีการศุลกากรหรือดำเนินการในกระบวนการทางศุลกากรโดยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถปฏิบัติพิธีการได้โดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร (Paperless) โดยส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์พร้อมลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature) ของเจ้าของลายมือชื่อผ่านบุคคลที่เป็นสื่อกลางผู้ให้บริการรับส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนด (ebXML/XML Format) แทนการจัดทำ ยื่น ส่ง รับ และการลงลายมือชื่อในรูปแบบเอกสาร

2. การยื่นใบขนสินค้าขาออก เมื่อผู้ส่งออกจัดทำใบขนสินค้าขาออกตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนดและเป็นผู้ส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร เมื่อระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรได้ตอบรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นในการปฏิบัติพิธีการ ถือเป็นการยื่นเอกสารนั้นๆ ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับศุลกากรแล้ว

3. วิธีการส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออก การส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกกระทำได้ 4 ช่องทางดังนี้

- 3.1 ผู้ส่งออกส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกด้วยตนเอง
- 3.2 ผู้ส่งออกมอบหมายให้ตัวแทนออกของ (Customs Broker) เป็นผู้ส่งข้อมูล
- 3.3 ผู้ส่งออกให้เคาน์เตอร์บริการ (Service Counter) เป็นผู้ส่งข้อมูล
- 3.4 ผู้ส่งออกยื่นใบขนสินค้าขาออกในรูปแบบเอกสาร ข้อมูลใบขนสินค้าขาออก และชำระค่าธรรมเนียมกับเจ้าหน้าที่ศุลกากร ณ ท่าเรือที่ผู้ส่งออกโดยผู้ส่งออกต้องลงลายมือชื่อไว้ทุกฉบับ

หลักการการผ่านพิธีการใบขนสินค้าขาออกทางอิเล็กทรอนิกส์ การผ่านพิธีการศุลกากร ให้สามารถกระทำได้โดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร (Paperless) โดยส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์พร้อมลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature) ของเจ้าของลายมือชื่อผ่านบุคคลที่เป็นสื่อกลางผู้ให้บริการรับส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Value Added Network Services : VANS) เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนด (ebXML/ XML Format) เสมือนการจัดทำยื่นส่งรับเอกสาร และการลงลายมือชื่อในกระดาษ การยื่นใบขนสินค้าขาออก ให้ผู้ส่งของออกจัดทำข้อมูลใบขนสินค้าขาออกตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนด และเป็นผู้ส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร เมื่อระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรผู้รับข้อมูล ได้ทำการตอบรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้น ในการผ่านพิธีการถือเป็นการยื่นเอกสารนั้น ๆ ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการศุลกากรแล้ว วิธีการการส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกกระทำได้ 4 ช่องทาง

1. ผู้ส่งออกส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกด้วยตนเอง
2. ผู้ส่งออกมอบหมายให้ตัวแทนออกของ (Custom Broker) เป็นผู้ส่งข้อมูลแทนการจัดทำเนื้อหาในองค์ความรู้SMESภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center ปี 2557

3. ผู้ส่งออกใช้เคาน์เตอร์บริการ (Service Counter) ในการส่งข้อมูล
4. ผู้ส่งออกยื่นใบขนสินค้าขาออกพร้อมแบบรายละเอียดข้อมูลใบขนสินค้าและชำระค่าธรรมเนียมกับเจ้าหน้าที่ศุลกากร ณ ท่า/ที่/สนามบินที่ส่งของออก

2. พิธีการด้านศุลกากรส่งออก

การส่งสินค้าออกจากประเทศไทยต้องผ่านพิธีการส่งออกตามกระบวนการปกติในความหมายของศุลกากรนั้น การส่งออกคือการเคลื่อนย้ายสินค้าโดย เรือ หรือเครื่องบิน จากสถานที่หนึ่งในประเทศไทยไปยังสถานที่หนึ่งนอกประเทศไทย สินค้าทั้งหมดที่ส่งออกจากประเทศไทยต้องรายงานและผ่านพิธีการทางศุลกากร บทบาทของกรมศุลกากรในเรื่องการส่งออกสินค้าคือการทำให้แน่ใจว่ามีการรายงานสินค้าส่งออกจากประเทศไทยตามที่กรมศุลกากรกำหนด และควบคุม

เรื่องใบอนุญาตสำหรับสินค้าบางประเภท นอกจากนี้กรมศุลกากรยังทำหน้าที่เก็บข้อมูลการส่งออก เพื่อช่วยให้รัฐบาล และ อุตสาหกรรมต่างๆนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ก่อนบรรทุกสินค้าใน เรือหรือเครื่องบินเพื่อการส่งออก กรมศุลกากรต้องได้รับข้อมูลของ สินค้าดังกล่าว และอนุญาตให้ ส่งออกได้ ข้อมูลการส่งออกส่วนใหญ่ส่งด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน ระบบ e-Export

พิธีการศุลกากรส่งออกสินค้าทางบก

ในการส่งออกสินค้า ผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และประกาศที่ กรมศุลกากรและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ให้ผู้ส่งออกใช้สำหรับพิธีการศุลกากรดังนี้

1. ใบขนสินค้าขาออกและเอกสารอื่นที่ใช้แทนใบขนสินค้าขาออก

แบบพิมพ์ที่กรมศุลกากรกำหนดให้ผู้ส่งออกใช้สำหรับพิธีการศุลกากรดังนี้

- ใบขนสินค้าขาออก (กศก. 101/1) ใช้สำหรับพิธีการดังนี้

1. พิธีการใบขนสินค้าขาออกทั่วไป
2. พิธีการส่งออกส่วนบุคคลและเอกสิทธิ์
3. พิธีการส่งออกของประเภทส่งเสริมการลงทุน (BOI)
4. พิธีการส่งออกคลังสินค้าทัณฑ์บน
5. พิธีการส่งออกขอชดเชยค่าภาษีอากร
6. พิธีการขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ
7. พิธีการใบสุทธินำกลับ
8. พิธีการส่งกลับ (Re-Export)

- คำร้องขอผ่อนผันรับของ/ส่งของออกไปก่อน (กศก. 103) ใช้สำหรับพิธีการที่

ส่งออกไปก่อนปฏิบัติพิธีการใบขนสินค้าขาออก

- ใบขนสินค้าสำหรับนำเข้าหรือส่งออกชั่วคราว (A.T.A. Carnet) ใช้สำหรับพิธีการส่งออกชั่วคราว

- ใบขนสินค้าสำหรับรถยนต์และจักรยานยนต์นำเข้าหรือส่งออกชั่วคราว

2. เอกสารที่ใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำใบขนสินค้าขาออก

- บัญชีราคาสินค้า (Invoice)
- บัญชีรายละเอียดของที่บรรจุหีบห่อ (Packing List)
- ใบอนุญาตส่งออกหรือเอกสารอื่นใด กรณีที่ของส่งออกเป็นต้องจำกัดตามที่เงื่อนไขของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- ในกรณีส่งออกเกษตรเคมีภัณฑ์ เกษตรเคมีภัณฑ์สำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ และสินค้าที่ไม่สามารถแยกชนิดและคุณภาพได้โดยง่าย ให้ยื่นเอกสารเพิ่มเติมดังนี้

ใบรับรองการวิเคราะห์ของผู้ผลิตสินค้า (Certificate of Analysis) หรือเอกสารรายละเอียดของสินค้า (Specification) หรือเอกสารข้อมูลความปลอดภัย (Material Safety Data Sheet) ซึ่งมีรายละเอียดเพียงพอที่จะใช้พิจารณา พร้อมด้วยกรรมวิธีการผลิต (ถ้ามี) และการนำไปใช้ประโยชน์ของสินค้าให้ผู้ส่งออก

3. การส่งข้อมูลเข้าระบบเพื่อปฏิบัติพิธีการส่งออกสินค้า

การปฏิบัติพิธีการศุลกากร ผู้ได้รับอนุมัติให้ลงทะเบียนเป็นผู้ปฏิบัติพิธีการศุลกากรหรือดำเนินการในกระบวนการทางศุลกากรโดยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถปฏิบัติพิธีการได้โดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร (Paperless) โดยส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์พร้อมลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature) ของเจ้าของลายมือชื่อผ่านบุคคลที่เป็นสื่อกลางผู้ให้บริการรับส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนด (ebXML/XML Format) แทนการจัดทำ ยื่น ส่ง รับ และการลงลายมือชื่อในรูปแบบเอกสาร

- การยื่นใบขนสินค้าขาออก เมื่อผู้ส่งออกจัดทำใบขนสินค้าขาออกตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนด และเป็นผู้ส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร เมื่อระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรได้ตอบรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นในการปฏิบัติพิธีการ ถือเป็นการยื่นเอกสารนั้นๆ ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร

วิธีการส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออก การส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกกระทำได้ 4 ช่องทางดังนี้

1. ผู้ส่งออกส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกด้วยตนเอง
2. ผู้ส่งออกมอบหมายให้ตัวแทนออกของ (Customs Broker) เป็นผู้ส่งข้อมูล
3. ผู้ส่งออกให้เคาเตอร์บริการ (Service Counter) เป็นผู้ส่งข้อมูล
4. ผู้ส่งออกยื่นใบขนสินค้าขาออก ในรูปแบบเอกสาร พร้อมเอกสารประกอบ และแบบรายละเอียดข้อมูลใบขนสินค้าขาออก และชำระค่าธรรมเนียมกับเจ้าหน้าที่ศุลกากร ณ ท่าเรือที่ส่งออกโดยผู้ส่งออกต้องลงลายมือชื่อไว้ทุกฉบับ ซึ่งประกอบด้วย

- ใบขนสินค้าขาออกพร้อมฉบับ 1 ฉบับ
- แบบรายละเอียดข้อมูลใบขนสินค้าขาออก
- สำเนาบัญชีราคาสินค้า (Invoice)
- บัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ (Packing List) (ถ้ามี)
- ใบอนุญาตหรือหนังสืออนุญาตสำหรับควบคุมการส่งออก (ถ้ามี)
- ใบรับรองการวิเคราะห์ของผู้ผลิตสินค้า (Certificate of Analysis)

4. การชำระภาษีอากร

- ชำระโดยผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีการที่จะตัดบัญชีธนาคาร (Electronic Funds Transfer : EFT)

Funds Transfer : EFT)

- ชำระที่หน่วยงานบัญชีและอากรของสำนักงานศุลกากรหรือด่านศุลกากร

การส่งออกสินค้าทางบก ณ ด่านพรมแดน หรือด่านตรวจ

ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการศุลกากร

1. ผู้ส่งออกหรือตัวแทนฯ จัดทำใบขนส่งสินค้าขาออก พร้อมเอกสารประกอบอื่นๆ เช่น บัญชีสินค้า (ศ.บ.3) และใบกำกับการขนย้ายสินค้า พร้อมส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกเข้าระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร

2. ผู้นำเข้าหรือตัวแทนฯ ชำระค่าภาษีอากร (กรณีสินค้าต้องชำระภาษีอากร) ที่หน่วยงานบัญชีและอากรของด่านศุลกากร

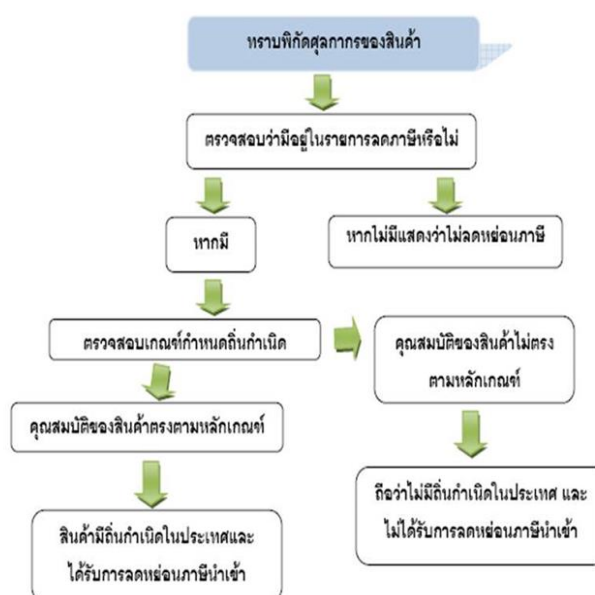
3. ชำระค่าภาษีแล้วระบบคอมพิวเตอร์จะกำหนดเงื่อนไขการตรวจปล่อย ชื่อเจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่ตรวจปล่อย

4. กรณียกเว้นการตรวจ (Green Line) ผู้ส่งออกหรือตัวแทนสามารถนำสินค้าไปผ่านพิธีการที่ด่านพรมแดนหรือด่านตรวจเพื่อส่งออกนอกราชอาณาจักรต่อไป

5. กรณีสั่งเปิดตรวจ (Red Line) เจ้าหน้าที่จะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของสินค้ากับใบขนสินค้าในระบบคอมพิวเตอร์ ถ้าถูกต้องตามลำแดงจะนำสินค้าไปผ่านพิธีการที่ด่านพรมแดนหรือด่านตรวจเพื่อส่งออกนอกราชอาณาจักรต่อไป

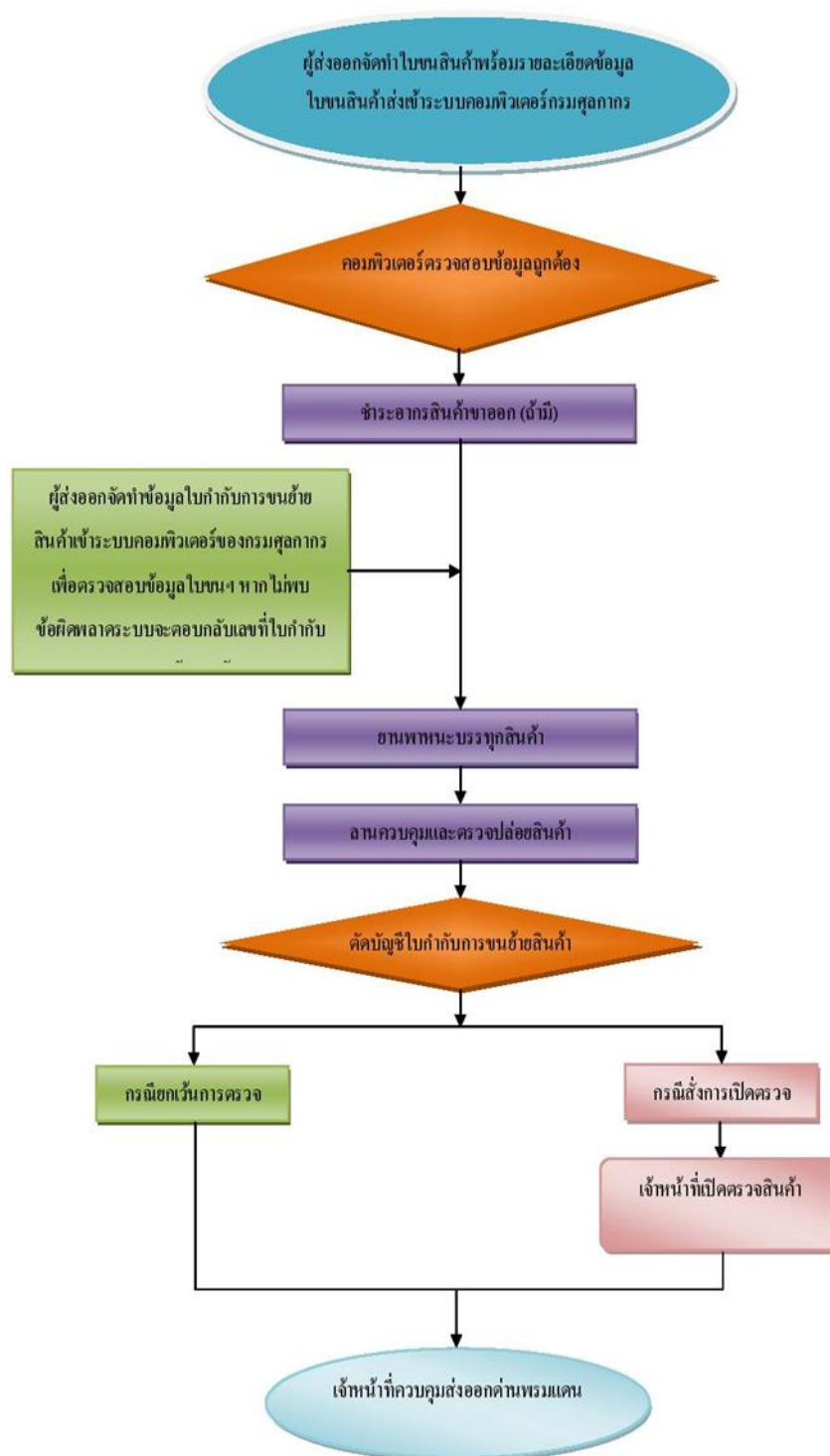
6. ผู้ส่งออกหรือตัวแทนยื่นใบกำกับสินค้าต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรที่ประจำอยู่
การผ่านพิธีการส่งออกของที่มีปริมาณเล็กน้อยตามแนวชายแดน

การผ่านพิธีศุลกากรเพื่อการส่งออกของที่มีปริมาณเล็กน้อยตามแนวชายแดน ณ ด่านพรมแดนหรือจุดผ่านแดนถาวร



ภาพที่ 3.9 แสดงพิกัดศุลกากรของสินค้า (ที่มา <http://www.thaifita.com>)

ขั้นตอนปฏิบัติพิธีการส่งออกทางบก



ภาพที่ 3.10 แสดงขั้นตอนปฏิบัติพิธีการส่งออกทางบก (ที่มา <http://www.customs.go.th>)

พิธีการศุลกากรส่งออกทางเรือ

ในการส่งออกสินค้า ผู้ส่งออกจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ในประกาศของ กรมศุลกากร และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการส่งออกตามที่กำหนดไว้ให้ครบถ้วนเช่นเดียวกับการนำเข้า โดยมีคำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร เพื่อปฏิบัติตามขั้นตอนของพิธีการศุลกากร ในการส่งออกสินค้า ดังนี้

1. ประเภทใบขนสินค้าขาออก แบบกศก 101/1 ใบขนสินค้าขาออก ใช้สำหรับ
ส่งออกในกรณีดังต่อไปนี้

- 1.1 การส่งออกสินค้าทั่วไป
- 1.2 การส่งออกของส่วนบุคคลและเอกสิทธิ์
- 1.3 การส่งออกสินค้าจากคลังสินค้าทัณฑ์บน
- 1.4 การส่งออกสินค้าที่ขอชดเชยค่าภาษีอากร
- 1.5 การส่งออกสินค้าที่ขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ
- 1.6 การส่งออกสินค้าที่ต้องการใบสุทธินำกลับ
- 1.7 การส่งออกสินค้ากลับออกไป (RE-EXPORT)

1.7.1 แบบ A.T.A. Carnet ใบขนสินค้าสำหรับนำของเข้าหรือส่งออกชั่วคราว ใช้สำหรับพิธีการส่งออกชั่วคราวในลักษณะที่กำหนดในอนุสัญญา

1.7.2 ใบขนสินค้าพิเศษสำหรับรถยนต์และจักรยานยนต์นำเข้าหรือส่งออกชั่วคราว ใช้สำหรับการส่งออกรถยนต์และจักรยานยนต์ชั่วคราว

2. เอกสารที่ผู้ส่งออกควรจัดเตรียมในการส่งออกสินค้า

- 2.1 บัญชีราคาสินค้า (Invoice)
- 2.2 ใบอนุญาตส่งออกหรือเอกสารอื่นใดสำหรับสินค้าควบคุมการส่งออก

3. กระบวนการส่งสินค้าออกด้วยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์

3.1 ผู้ส่งออกหรือตัวแทน ส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออก และบัญชีราคาสินค้า (Invoice) ทุกรายการจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งออกหรือตัวแทนมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของ กรมศุลกากร โดยผ่านบริษัทผู้ให้บริการระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Counter Service) เมื่อเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรตรวจสอบข้อมูลในใบขนสินค้าขาออก และเมื่อข้อมูลถูกต้องครบถ้วนแล้วระบบจะออกเลขที่ใบขนสินค้าขาออกให้ ผู้ส่งออกชำระค่าภาษีอากร (ถ้ามี) และชำระค่าธรรมเนียมใบขนสินค้าผ่านธนาคาร

3.2 ผู้รับผิดชอบการบรรจุสินค้าเข้าสู่คอนเทนเนอร์ เมื่อบรรจุสินค้าเรียบร้อยแล้วจะส่งข้อมูลการบรรจุสินค้าเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร ระบบจะทำการตรวจสอบข้อมูลและเมื่อถูกต้องไม่ผิดพลาด ระบบจะกำหนดเลขที่ใบกำกับการขนย้ายสินค้า และ

ส่งข้อมูลไปยังผู้รับผิดชอบในการบรรจุ เพื่อพิมพ์ใบกำกับการขนย้ายสินค้าพร้อมกับนำสินค้าไปยังท่าหรือที่ส่งออก

3.3 เจ้าหน้าที่ศุลกากรที่ทำส่งออกจะทำการตรวจสอบน้ำหนัก (EIR) และรายละเอียดกับใบกำกับการขนย้ายสินค้าและบันทึกลงในระบบคอมพิวเตอร์ (MACHING) และตรวจสอบสถานะของใบขนสินค้าขาออกว่าเงื่อนไขเป็นขกเว้นการตรวจ (GREEN LINE) หรือ ให้ตรวจ (RED LINE)

3.4 ใบขนสินค้าขาออกที่ขกเว้นการตรวจ (GREEN LINE) สำหรับใบขนสินค้าขาออกประเภทนี้ ผู้ส่งออกสามารถดำเนินการนำสินค้าไปปรับบรรจุขึ้นเรือเพื่อส่งออก

3.5 ใบขนสินค้าขาออกที่ถูกกำหนดเงื่อนไขให้ตรวจ (RED LINE) ซึ่งจะต้องตรวจสอบพิกัด ราคา และสินค้าให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด (ท่าหรือที่ใดที่มีการใช้เครื่องเอกซเรย์ให้ใช้การตรวจสอบสินค้าขาออกด้วยเครื่องเอกซเรย์) พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ก่อนจะตรวจปล่อย ณ ที่ทำการศุลกากรเพื่อส่งออกต่อไป

4. การแก้ไขข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้า และใบขนสินค้าขาออก

4.1 กรณีใบกำกับการขนย้ายสินค้ายังไม่ได้มีการตัดบัญชี ณ สถานีรับบรรจุทุก (Matching) ผู้รับผิดชอบการบรรจุสามารถแก้ไขข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าได้ด้วยตนเอง

4.2 กรณีใบกำกับการขนย้ายสินค้าที่ได้มีการตัดบัญชี ณ สถานีรับบรรจุทุก (Matching) แล้ว ผู้รับผิดชอบการบรรจุต้องยื่นคำร้องขอแก้ไขข้อมูลใบกำกับการขนย้ายสินค้าต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากร ดังนี้

- 4.2.1. รหัสสถานที่ตรวจปล่อย
- 4.2.2. เลขที่ตู้คอนเทนเนอร์ไม่ถูกต้อง
- 4.2.3. การเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกหรือเพิ่มเลขที่ใบขนสินค้าขาออก
- 4.2.4. การเปลี่ยนชื่อเรือ เทียวเรือ
- 4.2.5. การเปลี่ยนตู้คอนเทนเนอร์
- 4.2.6. อื่นๆ

4.3 กรณีผู้รับผิดชอบการบรรจุไม่มาดำเนินการยื่นคำร้องเพื่อขอแก้ไขเรื่องใดๆ ตามข้อ 4.2 สินค้าในตู้คอนเทนเนอร์ดังกล่าวจะไม่ได้มีการบรรจุด้วยระบบคอมพิวเตอร์

4.4 กรณีมีปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในใบขนสินค้าขาออก หลังการส่งออกผู้ส่งออกต้องยื่นคำร้องขอแก้ไขข้อมูล มีดังนี้

- 4.4.1. การตรวจรับกลับคืน ยกเลิกการส่งออก
- 4.4.2. การส่งออกไม่ครบ (SHORT PACKING) แต่ไม่ได้ส่งข้อมูลมาแก้ไขทางอิเล็กทรอนิกส์ภายใน 10 วันนับแต่วันตัดบัญชีใบกำกับการขนย้าย

4.4.3. กรณีมีปัญหาเกี่ยวกับใบอนุญาต ให้นำใบอนุญาต/ใบรับรอง ติดต่อหน่วยบริการศุลกากรประจำท่า/ที่ส่งออก ภายใน 15 วันนับแต่วันที่ตัดบัญชีใบกำกับการขนย้ายสินค้า

4.4.4. การแก้ไขเรื่องอื่นๆ จะพิจารณาอนุญาตเป็นการเฉพาะราย

5. ข้อควรทราบในการส่งสินค้าออก

การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก

5.1 การคืนอากรตามมาตรา 19 (RE-EXPORT)

5.2 การคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ (การคืนอากรที่ได้ชำระไว้ในขณะนำเข้าเพื่อจะทำการผลิตและส่งออก)

5.3 การขอชดเชยค่าภาษีอากร

5.4 การส่งเสริมการลงทุน (BOI)

5.5 คลังสินค้าทัณฑ์บน

5.6 เขตปลอดอากร (Free Zone)

5.7 เขตประกอบการเสรี (IEAT-FREE ZONE)

3. ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก

ปัญหาหรืออุปสรรคในการพัฒนาระบบขนส่งของประเทศ เพื่อการเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย - ปานาทัช นิติลัทธิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกัลลัณบุรีในรอบหลายปีที่ผ่านมาเราต่างได้รับรู้ถึงนโยบายของภาครัฐในการผลักดันประเทศไทยสู่การเป็น“ศูนย์กลางการขนส่งสินค้าในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย” ยุคนี้จึงถือเป็นยุคทองของคำว่า “Hub” อย่างแท้จริงเพราะไม่ว่าหันไปทางไหนก็มักมีคำว่า “Hub” พ่วงท้ายมาด้วยเสมอ แต่น้อยคนนักที่จะเข้าใจถึงนโยบายและความเป็นไปได้ของการเป็น Hub Logistics ของไทยว่าจะนำไปในทิศทางใดและมีอุปสรรคสำคัญอะไรที่ทำให้ความฝันดังกล่าวอาจไปไม่ถึงดวงดาวอย่างที่ใครหลายคนคาดหวัง ด้วยแรงผลักดันจากกระแสโลกาภิวัตน์และการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศที่มีความซับซ้อนและรุนแรงมากยิ่งขึ้น ทำให้ไทยต้องเร่งสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเอาชนะคู่แข่งการค้าที่นับวันจะพัฒนาและไล่หลังเรามาทุกที

เนื่องจากไทยต้องพึ่งพิงภาคการส่งออกเป็นหลักในการขับเคลื่อนประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคอาเซียนที่ไทยมีสัดส่วนการส่งออกมากที่สุด (23% เทียบกับการส่งออกทั้งประเทศ) และรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญในการเป็นผู้นำในฐานะศูนย์กลางเศรษฐกิจและการขนส่งในภูมิภาคนี้ จึงได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและก้าวสู่การเป็น Hub Logistics อย่างสมบูรณ์แบบปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียได้นั้น ต้องประกอบด้วยหลายส่วน

โดยมีการเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์ทั้งหมดไว้อย่างเป็นระบบ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบคมนาคมขนส่ง ระบบสาธารณูปการ การจัดการกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมธุรกรรมทางการค้า รวมถึงการเชื่อมโยงระบบขนส่งทั้งทางบก-ทางน้ำ-ทางอากาศ ซึ่งศูนย์กลางโลจิสติกส์เป็นผลสืบเนื่องจากการสร้างประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ให้สูงขึ้นเพื่อให้เกิดกระบวนการสร้างงานหรือกระบวนการเพิ่มคุณค่า

ปัจจุบันประเทศไทยได้ดำเนินการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานทั้งการขนส่งทางบก-ทางน้ำ-ทางอากาศ การทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีเพื่อเปิดประตูการค้า และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการค้าต่างๆ แม้ที่ผ่านมาอาจล่าช้ากว่าเป้าหมายที่วางไว้เนื่องจากผลกระทบจากหลายๆ ด้าน แต่ประเด็นสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยอาจต้องฝืนค้ำหรือได้แต่ฝืนนั้น มีสาเหตุมาจากปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่คอยขัดขวางการพัฒนา ดังนี้

ปัญหาหรืออุปสรรคในการพัฒนาระบบขนส่งของประเทศเพื่อการเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าของภูมิภาค

1. ปัญหาด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า ท่าเรือหลักของไทยไม่ได้อยู่บนเส้นทางเดินเรือหลักของโลก เป็นเพียงท่าเรือปลายทางที่เรือและสายเรือที่เป็นเรือ Feeder วิ่งเข้ามาเพื่อรับสินค้าแล้วไปเปลี่ยนถ่ายที่ท่าเรือสิงคโปร์ซึ่งอยู่บนเส้นทางการค้าหลัก (สายเรือต้องใช้เวลา 2-3 วันในการเดินทาง) อีกทอดหนึ่ง เป็นการเพิ่มภาระต้นทุนการขนส่งสินค้า บวกกับปริมาณสินค้าผ่านท่าของไทยยังน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับท่าเรือของประเทศอื่นในภูมิภาค จึงเกิดข้อจำกัดในเรื่องของประสิทธิภาพของช่องทางการค้า (Trade Lanes) ส่งผลโดยตรงต่อการเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้า

2. ปัญหาด้านนโยบายภาครัฐ นโยบายขายฝันของรัฐเริ่มส่อแววกลายเป็นฝันร้ายซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากการสร้างและกำหนดนโยบายของภาครัฐโดยที่ไม่มีพื้นฐานหรือการเตรียมความพร้อมในแต่ละด้าน โดยมากขอเพียงแค่ให้มีนโยบายออกมาก่อนแล้วจึงค่อยมาขยายผลตามหลัง เช่น การเปิดเสรีการค้าที่สร้างผลกระทบโดยตรงต่อทุกภาคส่วน บวกกับนโยบายขาดการบูรณาการทั้งในส่วนยุทธศาสตร์และการดำเนินงานในแต่ละหน่วยงานทำให้มีความซ้ำซ้อนล่าช้า และขาดความต่อเนื่อง

เมื่อมีการเลือกตั้งใหม่ นโยบายก็จะถูกกำหนดขึ้นใหม่ทุกครั้งหรือต้องชะลอโครงการต่างๆ ที่สนับสนุนหรือผลักดันการเป็น Hub Logistics ทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างเชื่องช้า และที่ร้ายไปกว่านั้นคือการศึกษาหรืองานวิจัยที่ภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนด้านโลจิสติกส์กลับไม่มีการนำไปใช้งานหรือไม่สามารถประยุกต์ใช้งานได้กับภาคปฏิบัติของจริง ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนมีผลในการฉุดรั้งและขัดขวางการพัฒนาเป็นอย่างมาก

3. ปัญหาด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับ กฎ ระเบียบ พิธีการ ขั้นตอนต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐสร้างภาระและต้นทุนให้กับธุรกิจอย่างมาก ในการเป็น Hub Logistics นั้น เรื่องของกฎหมายเป็นสิ่งที่ภาครัฐต้องเจรจากับรัฐบาลของประเทศสมาชิกในอาเซียนเพื่อผ่อนปรนกฎเกณฑ์ต่างๆ เช่น พิธีการศุลกากรในการขนส่งสินค้าเพื่อเอื้ออำนวยต่อการขนส่งระหว่างประเทศภายในภูมิภาคอาเซียน แต่ปัจจุบันการเจรจายังไม่มีความคืบหน้าเท่าใด แม้บางส่วนจะมีการเจรจาไปบ้างแล้ว แต่ก็พบว่าข้อตกลงที่ไทยทำร่วมกับต่างประเทศส่วนใหญ่เรามักจะเป็นฝ่ายเสียเปรียบอยู่เสมอไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม

4. ปัญหาการพัฒนากำลังคนด้านโลจิสติกส์ การขาดแคลนกำลังคนด้านโลจิสติกส์ที่มีความรู้และความสามารถทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับวางแผน โดยคนส่วนใหญ่มองว่าแรงงานในตลาดนี้เป็นแรงงานที่ไร้ทักษะ เช่น พนักงานขับรถหิ้วลาก พนักงานขับรถบรรทุก พนักงานคลังสินค้า ซึ่งเป็นมุมมองที่ผิดเพราะโลจิสติกส์มีใช้กิจกรรมการขนส่งเพียงอย่างเดียวอย่างที่หลายคนเข้าใจ หากเราต้องการเป็น Hub Logistics สิ่งสำคัญคือการสร้าง Value Added ในกิจกรรมโลจิสติกส์ ซึ่งจำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะและความรู้ด้านโลจิสติกส์โดยเฉพาะ

7. ปัญหาด้านการบริหารจัดการ ก่อนอื่นต้องยอมรับว่าบ้านเรานั้นยังมีทักษะการทำตลาดได้ไม่ดีเมื่อเทียบกับประเทศอื่น เช่น มาเลเซีย เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดกลยุทธ์ด้านการตลาด ขาดนักการตลาดที่มีฝีมือในการวางกลยุทธ์หรือการสร้างแบรนด์ระดับประเทศ หรือแม้กระทั่งบทบาทของไทยในเวทีสำคัญยังไม่ฉายแววหรือนำจับตามองเท่าที่ควร อย่าลืมว่าไทยมีเป้าหมายที่จะเป็น Hub Logistics แต่จะเป็นได้อย่างไรในเมื่อเรายังไม่เป็นที่สนใจของต่างชาติ

8. ปัญหาการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในเวทีสัมมนา อภิปราย แลกเปลี่ยนความเห็นจนถึงเวทีสำคัญในการกำหนดนโยบายต่างๆ พบว่าในส่วนของภาคเอกชนกลุ่มที่เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายมักจะเป็นกลุ่มคนเดิมๆ เช่น กลุ่มบริษัท Freight Forwarder หรือกลุ่มบริษัท Shipping แต่กลุ่มที่มีส่วนได้เสียหรือได้รับผลกระทบโดยตรงต่อมาตรการต่างๆ กลับไม่ได้มีบทบาทในเวทีเหล่านี้เท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มของเจ้าของสินค้า กลุ่มบริษัท Third Party Logistics Provider (3PLs)

4. การค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศ หมายถึง การซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศ ประเทศที่ทำการซื้อขายสินค้านี้ระหว่างกันเรียกว่า “ประเทศคู่ค้า” สินค้าที่แต่ละประเทศซื้อเรียกว่า “สินค้าเข้า” imports และสินค้าที่แต่ละประเทศขายไป เรียกว่า “สินค้าออก” exports ประเทศที่ซื้อสินค้าจากต่างประเทศ เรียกว่า “ประเทศผู้นำเข้า” ส่วนประเทศที่ขายสินค้าให้ต่างประเทศ โดยทั่วไปแล้ว แต่ละประเทศจะมีฐานะเป็นทั้งประเทศ ผู้นำสินค้าเข้า และ ประเทศผู้ส่งสินค้าออกในเวลาเดียวกัน เพราะประเทศต่างๆ มีการผลิตสินค้าแตกต่างกัน ประเทศที่ผลิตสินค้าได้เกินความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ จะมีสินค้าเหลือก็สามารถส่งออกไปขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้า

กับประเทศอื่นที่ผลิตสินค้าภายในประเทศไม่ได้ หรือต้องใช้ต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า แต่ละประเทศจะเลือกผลิตสินค้าที่ประเทศของตนเอง มีปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมเพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำที่สุด

สาเหตุของการค้าระหว่างประเทศ

เหตุผลทางเศรษฐกิจที่ทำให้ประเทศต่างๆ ในโลกทำการค้าขายกันเป็นเพราะว่าไม่มีประเทศใดในโลกสามารถผลิตสินค้าและบริการ ทุกอย่างได้ครบและเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ถึงแม้ว่าบางประเทศจะมีขีดความสามารถผลิตสินค้าได้ทุกอย่าง แต่อาจจะมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าซึ่งไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน การที่แต่ละประเทศผลิตเฉพาะสินค้าที่ตนมีความถนัดหรือมีความได้เปรียบจึงเป็นสิ่งที่คุ้มค่า และเกิดประโยชน์แก่ทุกประเทศร่วมกัน ดังนั้นการค้าระหว่างประเทศจึงเกิดขึ้นถือว่าการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศตามความชำนาญของประชาชน ทรัพยากรธรรมชาติและภูมิอากาศในแต่ละประเทศซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรของโลกให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รัฐบาลของแต่ละประเทศจะสนับสนุนหรือเลือกใช้ความได้เปรียบ หรือความถนัดในการผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติ ความแตกต่างทางด้านทรัพยากรที่ใช้ผลิตในแต่ละประเทศ เนื่องจากแต่ละประเทศมีทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตมากน้อยต่างกัน ประเทศที่มีทรัพยากรอุดมด้วยแร่ธาตุ ต่างๆ อาทิ น้ำมัน แร่เหล็ก ทองแดง ก๊าซธรรมชาติ ฯลฯ ก็จะทำอุตสาหกรรมเกี่ยวกับแร่ธาตุที่ตนมีอยู่ดังนั้น ประเทศใดที่มี ทรัพยากรชนิดใดมาก ก็จะผลิตสินค้าที่ใช้ทรัพยากรชนิดนั้นๆ เป็นปัจจัยการผลิตสินค้าออกเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าอื่นๆ ที่ตนต้องการ

2. ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ความแตกต่างในเรื่องสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ เช่น ประเทศที่มีพื้นที่ดินที่อุดมสมบูรณ์เหมาะสมแก่การเพาะปลูก ก็จะทำการเพาะปลูกตามลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ เช่นประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อนและมีฝนชุก

3. ความชำนาญในการผลิต ความแตกต่างในเรื่องความชำนาญในการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตของแต่ละประเทศจะมีความชำนาญและเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและ บริการแตกต่างกัน บางประเทศผู้ผลิตมีความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษในการผลิตสินค้า บางชนิด เช่น ประเทศสวีเดนและอิตาลีมีความรู้ความชำนาญในการผลิตนาฬิกา ประเทศญี่ปุ่นมีความรู้ความชำนาญในการผลิตเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ประเทศเนเธอร์แลนด์มีความรู้ความชำนาญในการผลิตเครื่องจักรกลการเกษตร ความแตกต่างของปัจจัยดังกล่าวนี้ผลักดันให้แต่ละประเทศเลือกผลิตสินค้า บาง อย่างที่มีต้นทุนต่ำ มีความรู้ความชำนาญ และเลือกตั้งซื้อสินค้าแต่ละประเภทที่ผู้บริโภค ในประเทศของตนต้องการแต่ไม่สามารถผลิตได้หรือผลิตได้ในต้นทุนที่สูงกว่า

4. นโยบายการลงทุนของรัฐบาล การลงทุนเพื่อการผลิตสินค้าและบริการประเภทใดประเภทหนึ่งจะมากหรือน้อยอาจขึ้นอยู่กับกตัตินใจของรัฐบาล นโยบายของรัฐบาลมีส่วนช่วยสนับสนุนในการผลิตสินค้าและบริการประเภทต่างๆ ทำให้สินค้าและบริการที่รัฐบาลช่วยสนับสนุนมีการวิจัยและพัฒนาขึ้นเป็นการสร้างศักยภาพในการผลิตสินค้าและบริการ เกิดความ

ได้เปรียบสามารถแข่งขันและขยายตลาดสินค้าได้ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับนโยบายอื่นๆที่เอื้อประโยชน์ต่อการลงทุนระหว่างประเทศอีกด้วย จากเหตุผลดังกล่าวเพื่อให้ประชาชนของแต่ละประเทศมีการกีดกันอยู่ดีรัฐบาลแต่ละประเทศจึงมีการเจรจาทำสัญญา ซื้อขายสินค้ากันระหว่างประเทศหรือสนับสนุนให้เอกชนในประเทศของตน ผลิตสินค้าเพื่อแลกเปลี่ยนกับประเทศอื่นๆ จึงทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ

ประโยชน์ของการค้าระหว่างประเทศ

1. ช่วยให้ผู้บริโภคที่อยู่ในประเทศที่เป็นสมาชิกสามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้น
2. ได้รับประโยชน์ทางด้านการจัดสรรทรัพยากรและแรงงานจากประเทศอื่นๆ
3. สามารถสร้างการค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น
4. ช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยของการผลิต
5. ช่วยสร้างความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศสมาชิกในกลุ่ม
6. ทำให้ประเทศเล็กที่รวมกลุ่มกัน มีอำนาจในการเจรจาต่อรองเพิ่มขึ้นในเวทีตลาดโลก

โทษของการค้าระหว่างประเทศ

1. ทำให้ธุรกิจถูกแย่งตลาด เพราะธุรกิจในตลาดท้องถิ่นถูกประเทศคู่แข่งเข้ามาแย่งตลาด
2. ก่อให้เกิดปัญหาเรื่องแรงงาน เพราะประเทศผู้ผลิตมักจะย้ายรากฐานการผลิตเพื่อต้องการหาแรงงานที่ราคาถูกกว่า
3. ทำให้สูญเสียตลาด เพราะผลจากอัตราภาษีศุลกากร มีผลต่อราคาสินค้า ประเทศคู่ค้ามักจะเสาะหา ตลาดสินค้าที่มีราคาถูกกว่า
4. ทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญ สามารถสร้างความได้เปรียบจากการรวมกลุ่มการค้า ประเทศคู่ค้า

ผลดีของการทำการค้าระหว่างประเทศ

สินค้าในประเทศที่มีจำนวนมากพอกับการจำหน่ายในประเทศ เราก็จะทำการส่งออกไปจำหน่ายนอกประเทศ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศชาติ ในขณะเดียวกัน เราก็รับสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาเพื่อให้ผู้บริโภคชาวไทยได้ใช้สินค้าที่หลากหลายและมีความทันสมัย ที่ประเทศไทยผลิตเองไม่ได้ หรือผลิตยังไม่มีคุณภาพเทียบเท่าชาตินั่นเอง ทั้งนี้เป็นการสร้างสัมพันธไมตรีระหว่างประเทศให้แน่นแฟ้น และทำธุรกิจอื่น ๆ ร่วมกันได้อีก ขณะเดียวกันรัฐบาลก็ยื่นมือมาดูแลไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบหรือถ้อยโก่งกัน ได้ จึงทำให้การทำการค้าระหว่างประเทศนั้น ส่งผลดีต่อประเทศชาตินั่นเอง

ผลเสียกระทบต่อการค้าขายกับต่างชาติ

กรณีนี้จะเกิดขึ้นกับค่านิยมของคนไทยที่ห่อแบรนด์ดังต่างประเทศหรือทำตาม ๆ กันจนเป็นสังคมนิยม ทั้ง ๆ ที่สินค้าบางตัวในประเทศไทยก็สามารถผลิตได้มีคุณภาพเทียบเท่าต่างชาติ แต่คนไทยก็ยังไม่นิยมใช้ เนื่องจากมันราคาถูก และไม่เท่ แบรนด์ไม่ดัง ไม่ตามเทรนด์ จึงส่งผลกระทบให้สินค้านั้น ๆ ไม่มียอดขายที่ดีเท่าที่ควร ทำให้ขาดสมดุลทางการค้า เงินไหลออกประเทศมากกว่าที่จะรับเข้ามา ซึ่งแนวทางแก้ไขปัญหานี้ก็คือการปรับรสนิยมและพฤติกรรมการใช้ชีวิต โดยคำนึงถึงประโยชน์ ความคุ้มค่าในคุณภาพและราคาเป็นสำคัญ และทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะเห็นว่า การทำการค้าระหว่างประเทศนั้นส่งทั้งผลดีและมีผลกระทบบ้างต่อสินค้าคนไทย ที่คนไทยเองไม่มั่นใจจะใช้มัน ดังนั้นในฐานะเราคนไทย ควรช่วยกันปรับพฤติกรรม ช่วยอุดหนุนสินค้าคนไทยที่มีคุณภาพไม่ด้อยไปกว่าต่างชาติ และเลือกใช้สินค้าต่างประเทศเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น เท่านั้นจะทำให้ประเทศของเราไม่เสียดุลการค้า และมีเงินสะพัดหมุนเวียนในประเทศเป็นไปอย่างคล่องตัว

5. การประกันภัย

การประกันภัย คือ การบริหารความเสี่ยงภัยวิธีหนึ่ง ซึ่งจะโอนความเสี่ยงภัยของผู้เอาประกันภัยไปสู่บริษัทประกันภัย เมื่อเกิดความเสียหายขึ้น บริษัทประกันภัยจะชดเชยค่าสินไหมทดแทนตามที่ได้รับค่าเบี้ยประกันภัยในกรมธรรม์ประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัย โดยที่ผู้เอาประกันภัยจะต้องเสียเบี้ยประกันภัยให้แก่บริษัทประกันภัยตามที่ได้ตกลงกันไว้

การประกัน (Insurance) คือการบริหารจัดการความเสี่ยงรูปแบบหนึ่ง โดยมีองค์ประกอบสามส่วน

- ผู้รับประกัน (Insurer)
- ผู้เอาประกันภัย (Insured) หรือผู้ถือกรมธรรม์ (Policy Holder)
- ผู้รับผลประโยชน์ (Beneficiary)

การประกันจำเป็นต้องผ่านกระบวนการพิจารณารับประกัน (Underwriting) เพื่อผู้รับประกันจักประเมินความเสี่ยงล่วงหน้าของ บุคคล, กลุ่มบุคคล หรือ ทรัพย์สินนั้น ๆ พร้อมกำหนด รายละเอียดความคุ้มครอง และค่าเบี้ยประกัน ผู้รับประกันอาจรับประกัน โดยแบ่งความเสี่ยงมาส่วนหนึ่ง หรือ ปฏิเสธ หากความเสี่ยงนั้นไม่อาจรับได้ หรือ ผู้รับประกันอาจรับประกันโดยเพิ่มอัตราเบี้ยพิเศษ เพื่อให้สามารถครอบคลุมความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

การทำประกัน เป็นสัญญาต่างตอบแทน ที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยคู่สัญญาต่างมีหน้าที่ ที่ต้องรับผิดชอบต่อกัน ผู้รับประกันจักต้องคุ้มครองผู้เอาประกันตามรายละเอียดในสัญญา เมื่อมีความสูญเสีย เสียหายเกิดขึ้น โดยชดเชยตามรายละเอียดความคุ้มครอง ผู้เอาประกันก็มีหน้าที่ชำระเบี้ยประกันตามที่ระบุในสัญญาเพื่อให้ความคุ้มครองเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

การทำประกันจุดประสงค์แท้จริงเพื่อแบ่งเบาความเสี่ยง จากบุคคล, กลุ่มบุคคล หรือ ทรัพย์สินนั้น ๆ ออกเป็นส่วนโดยร่วมกันชดเชยเมื่อมีความสูญเสีย เสียหายเกิดขึ้น โดยยึดหลัก สุจริตเป็นสำคัญ และการทำประกันมิใช่สัญญาเพื่อค้ำกำไร

ความเป็นมาของการประกันภัย

มีเรื่องปรากฏในพระคัมภีร์ไบเบิลเกี่ยวกับโจเซฟและความอดอยากในประเทศอียิปต์ ซึ่งถือว่าเป็นโครงการประกันภัยอันแรกเท่าที่บันทึกไว้ในประวัติศาสตร์ เล่ากันว่า คินวัน หนึ่ง ฟาโรห์ทรงพระสุบินว่า มีวัวอ้วนเจ็ดตัวกำลังถูกวัวผอมเจ็ดตัวกัดกิน โจเซฟทำนายฝันว่า ประเทศอียิปต์จะมีพืชพันธุ์ธัญญาหารอุดมสมบูรณ์เป็นเวลาเจ็ดปี และต่อจากนั้นจะเกิดความแห้งแล้ง ประชาชนจะอดอยากปากแห้งเป็นเวลาเจ็ดปี ดังนั้น จึงทูลเสนอต่อกษัตริย์ฟาโรห์ให้สะสม ธัญญาหารในปีที่สมบูรณ์ไว้สำหรับเลี้ยงประชาชนในปีที่ข้าวขาดแคลนมากแพง วิธีนี้เรียกได้ว่าเป็น หลักประกันภัยพื้นฐาน กล่าวคือ เก็บออมตั้งแต่วันนี้เพื่อไว้ใช้ในอนาคตซึ่งหาความแน่นอนไม่ได้

ในประเทศจีน ประมาณ 3,000 ปีก่อนคริสตกาล พ่อค้าชาวจีนได้พัฒนาวิธีการ ประกันภัยขึ้นสำหรับการขนส่งสินค้าตามลำน้ำแยงซี ซึ่งมีสายน้ำที่เชี่ยวกราก และเรือบรรทุกสินค้า มักอับปางลงอยู่เสมอ เนื่องจากมีหินใต้น้ำและเกาะแก่งที่คาดเดายาก ซึ่งเป็นอันตรายต่อการเดินเรือ มี ปรากฏอยู่เสมอว่าพ่อค้าบางคนต้องสิ้นเนื้อประดาตัว เพราะสินค้าได้รับความเสียหายหมด ดังนั้น ด้วยความกลัว พ่อค้าเหล่านั้นจึงหาวิธีการกระจายความเสี่ยงภัยออกไป โดยนำสินค้าของตนบรรทุก ไว้ในเรือลำอื่นหลายลำ เฉลี่ยกันไปจนครบหีบห่อสินค้า ซึ่งถ้าเรือลำใดลำหนึ่งจมลง ก็หมายความว่า สินค้าของพ่อค้าแต่ละคนสูญเสียเพียงคนละ 1 หีบห่อเท่านั้น ซึ่งวิธีการเช่นนี้เป็นที่มาของการ ประกันภัยในปัจจุบัน รวาก่อนศตวรรษที่ 13 และปรากฏว่ามีการประกันภัยทางทะเลกันอย่าง แพร่หลายตามเมืองต่าง ๆ ในทะเลเมดิเตอร์เรเนียน สัญญาการประกันภัยการขนส่งสินค้าทางทะเล ฉบับแรกของโลกเท่าที่มีปรากฏเป็นหลักฐานจนถึงปัจจุบันนี้ คือ แบบลงวันที่ 23 ตุลาคม ค.ศ. 1347 ออกให้ ณ เมืองเจนัว ประเทศอิตาลี

ส่วนสัญญาประกันภัยฉบับแรกของอังกฤษ เท่าที่ปรากฏตามหลักฐานซึ่งยังคงเก็บ รักษาไว้ถึงปัจจุบัน คือ "Broke Sea Insurance Policy" ปี ค.ศ. 1547 วิธีทำประกันภัยสมัยนั้นคือ เจ้าของเรือ หรือพ่อค้าที่ต้องการซื้อประกันภัย จะทำบัญชีแสดงรายการทรัพย์สินต่าง ๆ ที่จะบรรทุก ลงเรือ ได้รายการเหล่านี้ นายธนาคารหรือบุคคลอื่น ๆ ที่ประสงค์จะรับประกันภัยจะลงชื่อพร้อมกับ ระบุจำนวนเงินที่ตนจะรับเสี่ยงแล้วลงลายมือชื่อไว้ (และนี่คือที่มาของคำว่า Underwriter) และเพื่อ เป็นคำตอบแทนในการเข้ารับเสี่ยงภัย ผู้ลงนามข้างใต้ (Underwriter) แต่ละคนจะได้รับคำตอบแทน เรียกว่า เบี้ยประกันภัย

ในช่วงเวลานั้น สัญญาประกันภัยส่วนมากเป็น สัญญาประกันภัยทางทะเล ต่อมาก็ ขยายออกไปคุ้มครองถึงการเสียชีวิตของนายเรือและลูกเรือ รวมทั้งพ่อค้าที่คุมสินค้าไปกับเรือ ตลอดจนคุ้มครองจำนวนเงินที่จะเป็นค่าไถ่ตัวเมื่อถูกโจรสลัดจับตัวด้วย

ส่วนกรรมธรรม์ ประกันชีวิตดังที่เรารู้จักกันในขณะนี้ มีมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1583

จุดเริ่มต้นของบริษัทประกันภัย

บริษัทที่รับประกันอัคคีภัยในรูปแบบสมัยใหม่ มีจุดกำเนิดจากการเกิดไฟไหม้ครั้งใหญ่ในนครลอนดอนในราวเดือนกันยายน ค.ศ. 1666 เพลิงไหม้ครั้งนั้นทำให้อาคารบ้านเรือนเกือบสามในสี่ของนครลอนดอนต้องพินาศลง

จากเหตุไฟไหม้ข้างต้น ในปีถัดมา ดร.นิโคลาส บาร์บอน รับหุ้นส่วนเพิ่มขึ้นเพื่อเข้าเฉลี่ยความเสี่ยง ซึ่งแต่เดิมตนเป็นผู้รับภาระอยู่คนเดียว สามปีต่อมาคู่แข่งเพิ่มขึ้นอีกแห่งหนึ่งชื่อ "The Friendly" ทั้งสองแห่งนี้ออกรกรรมธรรม์รับประกันอัคคีภัย และจัดพนักงานดับเพลิงไว้สำหรับพจญเพลิงที่เกิดขึ้นกับทรัพย์สินที่เอาประกันภัยไว้

สำนักงานที่รับประกันอัคคีภัยในสมัยนั้น ไม่อาจเรียกว่าเป็น "บริษัท" ในความหมายของบริษัทรับประกันภัยในปัจจุบัน ซึ่งมีขนาดใหญ่โตและมีผู้ถือหุ้นจำนวนมากได้ เพราะในสมัยนั้นสำนักงานที่รับประกันภัยเป็นธุรกิจของรายบุคคลหรือหุ้นส่วนกลุ่มน้อย ซึ่งจำกัดการรับประกันภัยเฉพาะอาคารที่อยู่อาศัยเท่านั้น

อย่างไรก็ดี ในปี ค.ศ. 1710 มีการจัดตั้งบริษัทรับประกันอัคคีภัยขึ้นเป็นครั้งแรกคือ The Sun Insurance Office of London ซึ่งยังคงดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบันในชื่อของ Royal & Sun Insurance Plc.

ในเวลาเดียวกันการประกันภัยทางทะเลและการประกันชีวิตก็เข้าสู่ระยะของการเติบโตอย่างรวดเร็วก่อนปี ค.ศ. 1699 ธุรกิจประกันภัยส่วนใหญ่มักใช้ร้านค้าแฟลในนครลอนดอนเป็นที่ติดต่อธุรกิจกัน ร้านกาแฟกลายเป็นสถานที่ที่คนนิยมไปพบปะกันเพื่อกระจายหรือรับข่าวสารประจำวัน

หนึ่งในจำนวนร้านกาแฟเหล่านี้ เป็นของ Mr. Edward Lloyd ตั้งอยู่บนถนนลอมบาร์ด ที่ร้านนี้เป็น สถานที่ที่พ่อค้า นักธุรกิจและนายเรือ ตลอดจนผู้สนใจในการประกันภัยมักจะมาพบปะพูดคุยรับฟังข่าวสารต่าง ๆ เช่นเรื่องเรือที่มากเทียบท่า เรือที่กำลังเดินทางมาใกล้ถึงที่หมาย เรือที่อับปาง รวมทั้งเป็นที่ตกลงทำสัญญาประกันภัยกันด้วย ในที่สุดก็กลายเป็นที่มาของสมาคมผู้รับประกันภัยแห่งลอร์ด หรือลอร์ดแห่งลอนดอน (Lloyds of London) ซึ่งเป็นสถาบันประกันภัยที่มีความสำคัญระดับนานาชาติจนทุกวันนี้

ในปี ค.ศ. 1720 บริษัทอังกฤษสองแห่ง ได้ซื้อรอยัลชาร์เตอร์ด้วยเงินจำนวนมากเพื่อประกอบธุรกิจประกันภัยทางทะเล ซึ่งต่อมามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วโลก ในนามบริษัทลอนดอน แอนด์ รอยัลเอ็กซ์เชนจ์ (London & Royal Exchange) และนับเป็นจุดเริ่มต้นของยุคแห่งการประกอบธุรกิจการประกันภัยขนาดใหญ่ในปัจจุบัน ในปีถัดมาบริษัทนี้ได้รับอนุญาตให้รับประกันชีวิตด้วย

การปฏิวัติอุตสาหกรรมในช่วงต้นศตวรรษที่ 18 ทำให้เกิดความต้องการในด้านการรับประกันอุบัติเหตุ และทำให้มีการก่อตั้งบริษัทรับประกันใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เครื่องจักรใหม่ ๆ ที่นำมาติดตั้งกับโรงงาน และหัวรถจักรสมัยใหม่ ทำให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพย์สินและชีวิตของบุคคลเพิ่มขึ้นอย่างมาก การประกันภัยนอกจากจะช่วยให้การคุ้มครองอุบัติเหตุเหล่านี้ในด้านการเงินแล้ว ยังมีบทบาทอย่างสำคัญในการส่งเสริมให้มีการประดิษฐ์อุปกรณ์ด้านความปลอดภัย และมีส่วนช่วยในการกำหนดกฎระเบียบในการรักษาความปลอดภัยด้วย

ก่อนปี ค.ศ. 1880 เมื่อลูกจ้างได้รับบาดเจ็บในขณะปฏิบัติงาน นายจ้างมักมีข้อต่อสู้ทางกฎหมายทำให้พ้นผิด ไม่ต้องรับผิดชอบต่อลูกจ้าง แต่ครั้งเมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติความรับผิดของนายจ้างในปี ค.ศ. 1880 (Employer's Liability Act 1880) บรรดาข้อต่อสู้ทางกฎหมายเหล่านั้น ก็ถูกกลบล้างออกไปโดยกฎหมายฉบับนี้ ยังผลให้เกิดความต้องการประกันภัย "ความรับผิดชอบของนายจ้าง" ขึ้น และในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ลูกจ้างก็ยังได้รับการคุ้มครองเพิ่มขึ้น เมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติเงินทดแทนแรงงาน

รูปแบบการประกันภัย

แบบประกันมาตรฐาน แบ่งออกเป็นสองสายหลัก

การประกันชีวิต (Life Insurance)

การประกันชีวิต หมายรวมถึง การประกันต่อความสูญเสีย เสียหายอันจะเกิดแก่บุคคล หรือ กลุ่มบุคคล โดยสัญญาชักชวนเมื่อมีการเสียชีวิต และอาจมีความคุ้มครองอื่น ๆ เพิ่มเติมเช่น การประกันอุบัติเหตุและสูญเสียอวัยวะ (Accident and dismemberment), การประกันกรณีทุพพลภาพ (Total Disability) , หรือ การประกันสุขภาพ (Health Insurance)

การประกันวินาศภัย (Non-Life Insurance)

การประกันวินาศภัยแบ่งออกเป็นสี่ประเภท คือการประกันอัคคีภัย (Fire Insurance), การประกันภัยรถยนต์ (Motor Insurance), การประกันภัยทางทะเล (Marine Insurance), และ การประกันเบ็ดเตล็ด (Miscellaneous/Casualty Insurance)

นิยามศัพท์

ลำดับที่	คำศัพท์	คำแปล	ความหมาย
1	Air Transportation	การขนส่งทางอากาศ	เป็นบริการขนส่งที่มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น มีการคมนาคมติดต่อกันมากขึ้น ส่งผลให้การขนส่งทางอากาศของโลก
2	Cash or Advance Payment	การจ่ายเงินล่วงหน้า	การชำระเงินแบบหนึ่ง ในการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมใช้กันอย่างมาก
3	Consignment	สินค้าฝากขาย	เป็นการจ่ายเงินเมื่อผู้ซื้อสามารถขายสินค้านั้นได้แล้ว หรือเรียกว่า การขายฝาก
4	Cost and Freight	ค่าใช้จ่ายและการขนส่งสินค้า	ราคา F.O.B. บวกด้วยค่าระวางถึงเมืองปลายทาง
5	Cost, Insurance and Freight	ค่าประกันภัยและค่าขนส่ง	เงื่อนไขการซื้อขายชนิดหนึ่งซึ่งได้ค่าสินค้าหรือบริการค่าขนส่ง และค่าประกันภัยสินค้าเอาไว้แล้ว
6	Counter service	เคาน์เตอร์บริการ	บริการรับชำระ ไปรษณีย์, บริการเติมเงินมือถือออนไลน์, รับชำระค่าสินค้าและบริการ
7	Digital Signature	ลายเซ็นดิจิทัล	เป็นลายเซ็นที่อยู่ในรูปแบบของอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีคุณสมบัติด้านความปลอดภัย เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ลำดับที่	คำศัพท์	คำแปล	ความหมาย
8	Documents Against Acceptance (D/A)	เอกสารเกี่ยวกับการยอมรับ	เป็นการจ่ายเงินโดยผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงิน แล้วนำเอกสารไปออกสินค้า วิธีนี้คล้ายกับวิธี D/P คือเอกสารทั้งหมดจะส่งให้แก่ธนาคารในประเทศของผู้ซื้อ แต่ผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงินแล้วนำเอกสารไปออกสินค้าได้เลย โดยยังไม่ต้องจ่ายเงิน และก็จะอาจจะสามารถไม่จ่ายเงินภายหลังก็ได้
9	Documents Against Payment (D/P)	เอกสารการชำระเงิน	ข้อตกลงที่ผู้ส่งออกชี้แนะให้ธนาคาร ที่ผู้ส่งออกนำเสนอว่าให้ส่งสินค้าและเอกสารรายชื่อสินค้าทั้งหมดให้กับผู้นำเข้า
10	E-Bay	อีเบย์	เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นตลาดกลางในการ ซื้อ-ขาย-ประมูลสินค้าต่างๆ จากทั่วโลก
11	E-Commerce	อีคอมเมิร์ซ	การทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริหาร การโฆษณาสินค้า การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
12	Economy of Scale	การส่งออกเป็นการ-ช่วยลดต้นทุนการผลิต	ความได้เปรียบที่เกิดขึ้นจากการที่หน่วย ธุรกิจสามารถผลิตผลผลิตได้ในจำนวนมากขึ้นจนทำให้ต้นทุนในการผลิตเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำลงได้ อย่างไรก็ตาม หากการขยายผลผลิตไปกลับทำให้ต้นทุนการผลิตผลผลิตสูงขึ้นมาจะเรียกว่า ธุรกิจเกิดการไม่ประหยัดต่อขนาด

ลำดับที่	คำศัพท์	คำแปล	ความหมาย
13	E-payment	การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	การจ่ายเงิน หรือทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านเครื่องมือทันสมัยสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ได้อีกด้วย เริ่มตั้งแต่การรูดบัตรต่างๆ ไปจนถึงการโอนเงินไปเข้าบัญชี หรือการจ่ายผ่านระบบโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต ฯลฯ
14	Export	การส่งออก	การจัดส่งสินค้าและบริการจากต้นทางสู่ปลายทาง ทั้งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ โดยผู้ส่งสินค้าหรือบริการออกเรียกว่า “ผู้ส่งออก”
15	Exporters	ผู้ส่งออก	ผู้ประกอบการที่อยู่ในประเทศรวมทั้งบุคคล ซึ่งมีคุณสมบัติตามที่กำหนด ซึ่งทำการส่งออกสินค้าหรือบริการไปยังต่างประเทศ
16	Field Research	การวิจัยโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ	เป็นการทำวิจัยในภาคสนาม ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง เป็นการใช้ข้อมูลในลักษณะปฐมภูมิ การทำวิจัยวิธีนี้ผู้ทำจะต้องมีประสบการณ์ และความรู้ทางการตลาดเป็นอย่างดี
17	Free on board	ผู้ขายเสียค่าส่งจนถึงทางรถหรือเรือ	ผู้ขายทำการส่งสินค้าเรียบร้อยแล้ว ให้ถือว่าสินค้าอยู่ในความรับผิดชอบของผู้ซื้อ
18	Green Line	สายสีเขียว	สถานะของสินค้า ที่ไม่ติดเงื่อนไขการนำเข้าไม่ต้องเปิดตรวจก่อน
19	Hindenburg	ยาน	เป็นเรือเหาะของเยอรมนี ที่สร้างคู่กับเรือเหาะ

ลำดับที่	คำศัพท์	คำแปล	ความหมาย
20	Internet	อินเทอร์เน็ต	เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลายๆ เครือข่ายทั่วโลก
21	Invoice	ใบแจ้งหนี้	บิลหรือข้อมูลการซื้อขายที่ออกเป็นเอกสาร โดยผู้ขายกับผู้ซื้อที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมการขายสินค้าและบริการ ใบแจ้งหนี้จะมีการระบุเงื่อนไขการชำระหนี้เพื่อให้ลูกหนี้
22	L/C (Letter of Credit)	ตราสารเครดิต	เอกสารที่มีขึ้นเพื่อยืนยันการชำระเงิน ในการซื้อขายที่ผู้ซื้อขอให้ธนาคารเป็นผู้ชำระให้แทน
23	Land Transportation	การขนส่งทางบก	การขนส่งทางบก การเดินทาง แต่การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวสามารถแวะพักตามเส้นทางที่ต้องการได้
24	Market size	ขนาดตลาด	ความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่มากเพียงใด คุณภาพ และปริมาณเท่าใดที่ลูกค้าต้องการ
25	Multi-Products	หลายผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์รวมกัน
26	One stop service	บริการครบวงจร	การให้บริการแก่ผู้ส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียวกัน โดยจัดตั้งศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการออกไปรับรอง และเอกสารการส่งออกของหน่วยงานต่างๆ เช่น กรมการค้าต่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมปศุสัตว์ กรมวิชาการเกษตร เป็นต้น

ลำดับที่	คำศัพท์	คำแปล	ความหมาย
27	Open Account	เปิดบัญชี	รายการแรกของการบันทึกบัญชีในสมุดรายวันทั่วไป ซึ่งอาจจะเกิดจากการลงทุนครั้งแรก หรือเมื่อมีการเริ่มรอบระยะเวลาบัญชีใหม่
28	Packing List	บัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ	ใบแจ้งน้ำหนักและหีบห่อ ซึ่ง PACKING ต้องระบุว่าเป็นของ INVOICE ไດ
29	Paperless	ไม่มีกระดาษ	เป็นระบบที่กรมศุลกากรได้นำมาใช้ในการดำเนินการพิธีการศุลกากรทั้งขาเข้าและขาออก เพื่อให้ขั้นตอนในการดำเนินการมีความสะดวกและมีรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
30	Passport	หนังสือเดินทาง	เป็นหนังสือเดินทางที่ประชาชนทุกคน ที่จะต้องการเดินทางออกจากประเทศไทยไปยังต่างประเทศ
31	Pipeline Route	แนวท่อขนส่งน้ำมัน	ถูกจัดส่งผ่านท่อใต้ดินขนานทางรถไฟมายังสถานีสูบน้ำ
32	Pipeline Transportation	การขนส่งทางท่อ	เป็นระบบขนส่งที่มีลักษณะเฉพาะเนื่องจากสินค้าที่ขนส่ง ต้องให้อยู่ในรูปแบบของเหลว บริเวณที่ท่อผ่านจะ ต้องมีความชันไม่มากเกินไป เพื่อให้ของเหลวที่ไหลผ่านท่อ ไม่ไหลย้อนกลับ และไม่มีการขนส่งที่ขย้อนกลับ สินค้าที่นิยมขนส่งทางท่อ ได้แก่ น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม และก๊าซธรรมชาติ

ลำดับที่	คำศัพท์	คำแปล	ความหมาย
33	Pipeline Transportation System	ระบบขนส่งน้ำมัน	จากจุดเริ่มต้นของการขนส่งน้ำมันแบบผลิตภัณฑ์รวม สามารถขนส่งน้ำมันได้หลายชนิด
34	Population Size	ขนาดประชากร	กลุ่มของสิ่งมีชีวิตที่เป็นชนิดเดียวกัน อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกัน ในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งในแต่ละบริเวณจะมีจำนวนประชากรที่แตกต่างกัน
35	Proforma Invoice	ใบแจ้งหนี้ Proforma	เป็นเอกสารที่ผู้ขายส่งให้ผู้ซื้อเพื่อเป็นการเสนอ หรือยืนยันการเสนอราคา
36	Purchase Order	หมายเลขใบสั่งซื้อ	เมื่อผู้ซื้อตกลงตามราคา และเงื่อนไขใน Proforma Invoice แล้ว จะส่งหนังสือการสั่งซื้อ (Purchase Order) มาให้ผู้ขายเพื่อเป็นการตอบรับ และสั่งซื้อสินค้าตามราคาและเงื่อนไข
37	Quotation Term	ระยะเวลาการเสนอราคา	เป็นเอกสารที่ผู้ประกอบการออกให้กับฝ่ายลูกค้า (ผู้ซื้อ) เพื่อให้ลูกค้าพิจารณาราคาสินค้า/บริการ รวมถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ
38	Railroads	การขนส่งทางราง	เป็นการขนส่งผู้โดยสาร หรือสินค้าด้วยยานพาหนะ ที่วิ่งไปตามราง การขนส่งระบบรางเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่โลจิสติกส์ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับการค้าระหว่างประเทศ และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในหลายๆ ประเทศ

ลำดับที่	คำศัพท์	คำแปล	ความหมาย
39	Red Line	สายสีแดง	สถานะของสินค้าที่ไม่ติดเงื่อนไขการนำเข้าไม่ต้องเปิดตรวจก่อน
40	Re-Export	การขายออกใหม่	ของที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรแล้ว ต่อมาภายหลังผู้นำของเข้าได้ส่งของนั้น
41	Sale Confirmation	ยืนยันการขาย	เป็นสัญญาการซื้อขาย ซึ่งผู้ขายจะส่งเอกสารให้แก่ผู้ซื้อ เพื่อเป็นการยืนยันหรือตอบรับในการสั่งซื้อของนั้นๆอีก
42	Sale contract	การทำสัญญาซื้อขาย	สัญญานุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ขาย โอนกรรมสิทธิ์แห่งทรัพย์สิน ให้แก่บุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ซื้อ และผู้ซื้อตกลงว่าจะใช้ทรัพย์สินนั้น ให้แก่ผู้ขาย สัญญาซื้อขายระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือเพื่อให้มีการขนส่งสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง
43	Secondary data	ข้อมูลทุติยภูมิ	เป็นข้อมูลที่ใช้ไม่ได้เก็บรวบรวมเอง แต่มีผู้อื่นหรือหน่วยงานอื่นๆ ทำการเก็บรวบรวมไว้แล้ว
44	Shipping	การส่งสินค้า	เป็นที่ผู้ทำหน้าที่ในด้านพิธีการ เอกสารผ่านธนาคาร พิธีการศุลกากร และบริษัทเรือเดินทะเล หรือทางเครื่องบิน เพื่อนำสินค้านำเข้า หรือส่งออกไปต่างประเทศ มีหน้าที่ติดต่อกับผู้ส่งออก ว่ามีปริมาณสินค้าปริมาณเท่าไรจะเช่าเป็นตู้

ลำดับที่	คำศัพท์	คำแปล	ความหมาย
45	Specification	เอกสารรายละเอียด ของสินค้า	ข้อมูลจำเพาะผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า
46	Term of Payment	การชำระเงิน	การชำระเงินมีความสำคัญมากใน การส่งออก เนื่องจากไม่ใช่เป็นการ ขายภายในประเทศ ที่ลูกค้าจะ สามารถเลือกดูสินค้า และส่งสินค้า ได้ทันที
47	Value Added	การส่งออกก่อให้เกิด มูลค่าเพิ่ม	ส่วนเพิ่มเติมที่เกินจากความ คาดหวังของลูกค้าหรือเกินไปจาก ความตั้งใจให้ลูกค้า โดยที่ไม่เสีย หรือเสียต้นทุนในการเพิ่มเล็กน้อย โดยการเพิ่มมูลค่านั้นสร้างการ แข่งขันให้กับองค์กรในการขาย ผลิตภัณฑ์ที่ได้ราคาสูงขึ้น
48	Water Transportation	การขนส่งทางน้ำ	การลำเลียง คน สัตว์ และสิ่งของ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยใช้ พาหนะที่เคลื่อนที่บนน้ำ ซึ่งเป็น การขนส่งทั้งทางแม่น้ำลำคลองและ ทะเลทั้งภายในและภายนอก ประเทศการขนส่งทางน้ำได้เปรียบ กว่าการขนส่งทางอื่นคือ สามารถ บรรทุกสินค้าหนักและปริมาณมาก เช่น น้ำมัน ไม้ซุง หิน กรวดทราย สัตว์มีชีวิต
49	Website	เว็บไซต์	สื่อนำเสนอข้อมูลบนเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือคือการรวบรวม ซึ่งเชื่อมโยง กันผ่านทางไฮเปอร์ลิงก์

ลำดับที่	คำศัพท์	คำแปล	ความหมาย
50	Worth	มูลค่า	“ราคาประเมิน” ของทรัพย์สินชิ้นนั้นๆ หรือทั้งหมดที่มีอยู่ ราคาประเมินนั้นหาได้จากหลายๆ วิธี เช่นราคาซื้อขายล่าสุด ราคาซื้อขายเฉลี่ย ราคาซื้อขายของ

บทที่ 4

การวิเคราะห์สภาพปัญหา

การศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว กรณีศึกษา บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) มีผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. กระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว

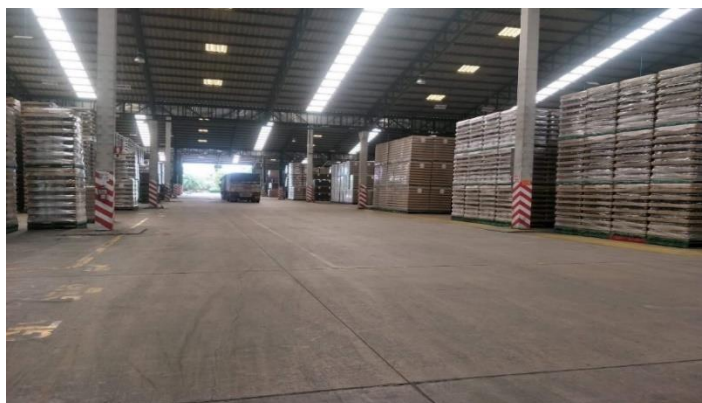
ก่อนที่จะทำการส่งสินค้าไปนั้น จะต้องผ่านขั้นตอนหลักอยู่ 3 ขั้นตอน คือ

- ขั้นตอนการทำธุรกิจการส่งออก
- ขั้นตอนพิธีการศุลกากร
- ขั้นตอนการรับเงินค่าสินค้า

ผู้ส่งออกจะต้องแจ้งมูลค่าสินค้าที่จะต้องเสียภาษี ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการคิดมูลค่าภาษีที่ศุลกากรได้กำหนดไว้ตายตัว โดยมูลค่าสินค้าในที่นี้คือราคารวมที่ผู้ขายให้แก่ผู้ซื้อสำหรับส่งออก ที่อาจจะรวมถึงค่าใช้จ่ายในการบรรจุสินค้า ค่าคอมมิชชั่น ค่าธรรมเนียม License หรือรอยัลตี้ที่จ่ายชำระให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์สินค้า

ผู้ส่งออกจะต้องระบุรหัสศุลกากรของสินค้าที่ต้องการส่งออก โดยใช้รหัสศุลกากรและระบุรายละเอียดสินค้า ในกรณีที่สินค้าอยู่ในข่ายที่จะต้องเสียภาษี จะต้องจ่ายภาษีตามราคาประเมินของศุลกากร กระบวนการส่งออกของบริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) มีดังนี้

1.1 บริษัทจะรับออเดอร์จากลูกค้าที่สั่งมา แล้วทำการจัดเตรียมสินค้า



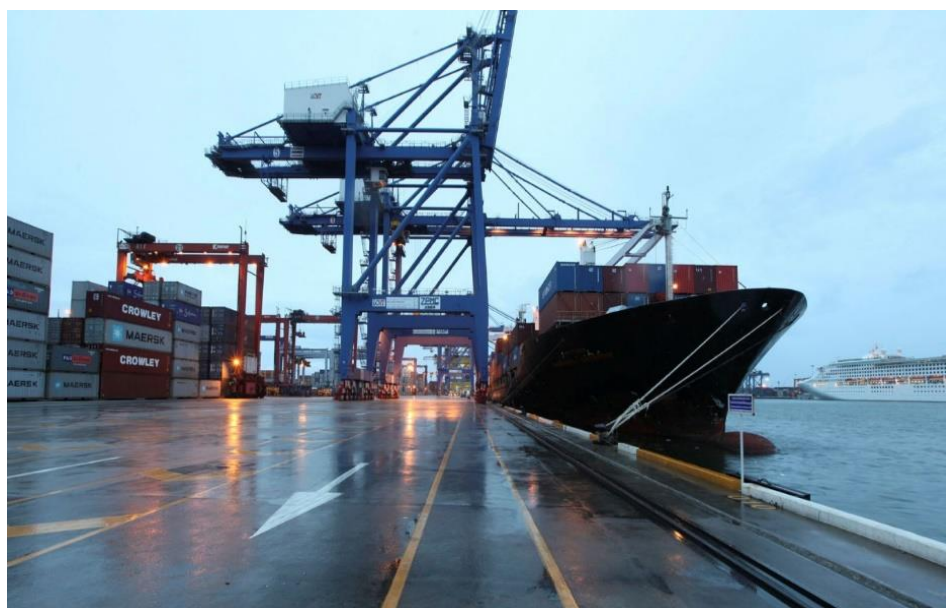
ภาพที่ 4.1 การแพ็คสินค้าลงกล่องตามออเดอร์

1.2 เมื่อจัดเตรียมสินค้าตามออเดอร์แล้วนั้น ทางบริษัทจะจัดสินค้าลงกล่องตามจำนวนแล้วทำการแพ็คสินค้าเพื่อรอรถบรรทุกสินค้าไปยังท่าเรือแหลมฉบัง



ภาพที่ 4.2 การนำสินค้าขึ้นรถบรรทุก

1.3 เมื่อสินค้าถึงท่าเรือแหลมฉบัง จะมีเจ้าหน้าที่คอยเช็คสินค้า และเอกสารต่างๆ เพื่อนำสินค้าส่งไปต่างประเทศ



ภาพที่ 4.3 ท่าเรือแหลมฉบัง

1.4 บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) ได้ส่งออกไปยังประเทศ
ออสเตรียและนิวซีแลนด์



ภาพที่ 4.4 ส่งออกไปยังประเทศออสเตรียและนิวซีแลนด์

2. ปัญหาในการส่งออกสินค้าประเภทแก้ว

ปัญหาในการส่งออกสินค้าประเภทแก้วจะมีปัญหาในการขนส่งและยังต้องระวัง
ไม่ให้สินค้าแตกเสียหาย และ ยังมีปัญหามาขนส่งทางบกในเรื่องรถติด และ ทางเรือภัยธรรมชาติต่าง
ๆ ที่ทำให้สินค้าเสียหายได้ มีดังนี้

2.1 ปัญหาการจราจรติดขัดในขณะนำสินค้าไปท่าเรือ เกิดขึ้นในระหว่างการขนส่ง
สินค้าไปยังท่าเรือนั้นจำเป็นต้องใช้เส้นทางที่มีการจราจรติดขัดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำ
ให้เกิดความล่าช้าในการขนส่ง



ภาพที่ 4.5 ปัญหาการจราจรติดขัด

2.2 ปัญหาสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมต่อการเดินเรือ ทำให้เกิดความล่าช้าในการขนส่งสินค้า หรืออาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุทางเรือได้ เช่น ความแปรปรวนของสภาพอากาศ พายุ คลื่นลมแรง และมรสุมต่างๆ เป็นต้น



ภาพที่ 4.6 แสดงปัญหาสภาพแวดล้อมทางทะเล

2.3 เอกสารที่ใช้ในการขนส่งสินค้าไม่ครบ เกิดจากการที่พนักงานไม่ตรวจสอบเอกสารที่ต้องใช้ในการขนส่งสินค้า หรืออาจเกิดจากลูกค้าที่ส่งเอกสารมาล่าช้า ทำให้เกิดการดำเนินงานติดขัด



ภาพที่ 4.7 เอกสารที่ใช้ในการขนส่งไม่ครบ

3. นำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา และประกอบอาชีพในอนาคต

ด้านการศึกษา

1. นำความรู้ที่ได้จากการไปศึกษาดูงานเรื่องกระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้วมาใช้ในการเรียนวิชาหลักการนำเข้า-ส่งออก

2. เรียนรู้ปัญหา และวิธีการแก้ไขปัญหาของบริษัทซึ่งทำให้นำไปใช้เป็นกรณีศึกษา

ด้านการประกอบอาชีพ

ได้รับความรู้จากการที่ได้เข้าไปศึกษาดูงานของบริษัทด้านการส่งออกสินค้า และแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการส่งออก รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนของการส่งออก ซึ่งสามารถนำไปใช้กับการประกอบอาชีพในอนาคตได้



ภาพที่ 4.8 ศึกษาดูงานของบริษัท

4. นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมมาใช้ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

โดยมีความซื่อสัตย์ อดทน และใช้สติปัญญาในการทำงานอย่างรอบคอบ รู้จักรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนๆ ในกลุ่ม และมีความเป็นกลางในการตัดสินใจในการทำงาน



ภาพที่ 4.9 นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากการศึกษากระบวนการส่งออกสินค้าประเภทแก้วกรณีศึกษา บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน) ซึ่งบริษัทดังกล่าวเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทแก้ว บริษัทได้ส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศโดยใช้ทางเรือเป็นหลัก เพราะบริษัทได้คำนึงถึงต้นทุนในการขนส่งให้ต่ำที่สุด เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่เหมาะสม สามารถขนส่งสินค้าได้เป็นจำนวนมาก และจากการที่ได้เข้าไปศึกษาการส่งออกของทางบริษัทแล้วทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกได้แก่

ปัญหาการจราจรติดขัดในขณะนำสินค้าไปท่าเรือ เกิดขึ้นในระหว่างการขนส่งสินค้าไปยังท่าเรือนั้นจำเป็นต้องใช้เส้นทางที่มีจราจรติดขัดอย่างต่อเนื่อง ยังมีปัญหาขนส่งทางเรือภัยธรรมชาติต่าง ๆ ที่ทำให้สินค้าเสียหาย เอกสารที่ใช้ในการขนส่งสินค้าไม่ครบ อาจเกิดจากการไม่ตรวจสอบเอกสารที่ต้องใช้ในการขนส่งสินค้าได้

ข้อเสนอแนะ

1. เลือกเวลาที่เหมาะสม และเผื่อเวลาในการเดินทางไปยังท่าเรือแหลมฉบัง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัดและไปถึงทันเวลา
2. ก่อนการส่งออกสินค้า ควรเลือกบริษัทสายเรือที่มีคุณภาพ เพื่อที่จะสามารถบริหารการขนส่งได้อย่างดีที่สุด



ภาพที่ 5.1 คัดเลือกบริษัทสายเรือที่มีคุณภาพ

3. ตรวจสอบเอกสารต่างๆให้ครบก่อนการขนส่งสินค้า เป็นการตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนการขนส่งสินค้า เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาตามมาในภายหลัง



ภาพที่ 5.2 ตรวจสอบเอกสารให้ครบก่อนขนส่งสินค้า

4. คัดเลือกบริษัทสายเรือที่จะทำการจ้างให้ขนส่งสินค้าให้ถี่ถ้วน จะต้องคัดเลือกจากคุณภาพที่ดี มีความปลอดภัยให้กับสินค้า และมีความน่าเชื่อถือ



ภาพที่ 5.3 คัดเลือกบริษัทสายเรือ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากวิทยากร

1. มีการเตรียมตัวในการนำเสนอไม่ดีเท่าที่ควร
2. จัดเรียงเอกสารไม่ถูกต้อง
3. ตัวหนังสือ Power Point ตัวเล็ก

บรรณานุกรม

- กรมศุลกากร. (2560). **กรมศุลกากรส่งออก**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 10 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.customs.go.th/กรมศุลกากรส่งออก>.
- จุฑานุช บุณณสินวัฒนกุล. (2548). **การประยุกต์ใช้สายธารแห่งคุณค่าเพื่อปรับปรุงกระบวนการพิธีการนำเข้าทางศุลกากรภายในเขตปลอดอากร กรณีการออกไปชน**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 10 ตุลาคม 2562, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะการจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชญ์ทิศา ขอบธรรม. (2553). **การเยียวยาความเสียหายจากการกระทำความผิดอาญาที่เกิดองค์การธุรกิจ ศึกษากรณีการประกันภัยค้ำประกันอาชญากรรมทางธุรกิจ**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 10 ตุลาคม 2562, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- ชยนาถ รักกาญจน์. (2562). **บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน)**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 10 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.iammrmsessenger.com/>.
- ญาณิศา พงษ์ไพโรจน์. (2552). **ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานในสังกัด**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 10 ตุลาคม 2562, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะการจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ดวงฤดี เสือสิงห์. (2559). **การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการพิธีการศุลกากรในการให้บริการส่งสินค้าออกไปต่างประเทศ ณ ด้านศุลกากรป่าดงเบขาร์. อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ณอมจิต บุรีรักษ์. (2548). **การอำนวยความสะดวกทางการค้าของกรมศุลกากรไทยที่มีผลต่อการนำเข้าของประเทศ**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 10 ตุลาคม 2562, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะการจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภัสสนันท์ วงศ์สวัสดิ์. (2553). **การศึกษาก่อสร้างศูนย์การขนส่งและกระจายสินค้าที่เป็นศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จต่อการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน จังหวัดหนองคาย**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 10 ตุลาคม 2562, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะการจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2562). **การค้าระหว่างประเทศ**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 10 ตุลาคม 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การค้าระหว่างประเทศ>.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2562). **การประกันภัย**. ค้นหาข้อมูลวันที่ 1 ตุลาคม 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การประกันภัย>.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2562). การรถไฟแห่งประเทศไทย. ค้นหาข้อมูลวันที่ 9 ตุลาคม 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การรถไฟแห่งประเทศไทย>.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2562). การส่งออก. ค้นหาข้อมูลวันที่ 11 ตุลาคม 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การส่งออก>.
- สุรพล ศรีประเสริฐ. (2556). ปัจจัยที่ผลต่อความเป็นไปได้ของอุตสาหกรรมการบินทางอากาศภาคเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะการจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- สุรินทร์ แสงสวัสดิ์. (2562). พฤติกรรมการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าบริษัทซีเอฟจี เซอร์วิสจำกัด ในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะการจัดการ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- Wannaluck Khammeng. (2561). การจัดช่องทางการจัดจำหน่ายธุรกิจเหมืองแร่เหล็ก ในเขตภาคกลาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะการจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ใบบันทึกการปฏิบัติงานโครงการ

ภาคผนวก ข

การเข้าศึกษาดูงาน บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน)

ภาพการศึกษาฐานงานที่บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)



1.1 ป้ายบริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)



1.2 เจ้าหน้าที่ให้ชมสื่อกระบวนการการทำงานของบริษัท



1.3 เจ้าหน้าที่ได้พาชมภายในบริษัท



1.4 เจ้าหน้าที่ได้พาชมภายในคลังสินค้า



1.5 ภาพภายในคลังสินค้าของบริษัท



1.6 เจ้าหน้าที่อธิบายเกี่ยวกับการขนส่งโดยรถบรรทุก



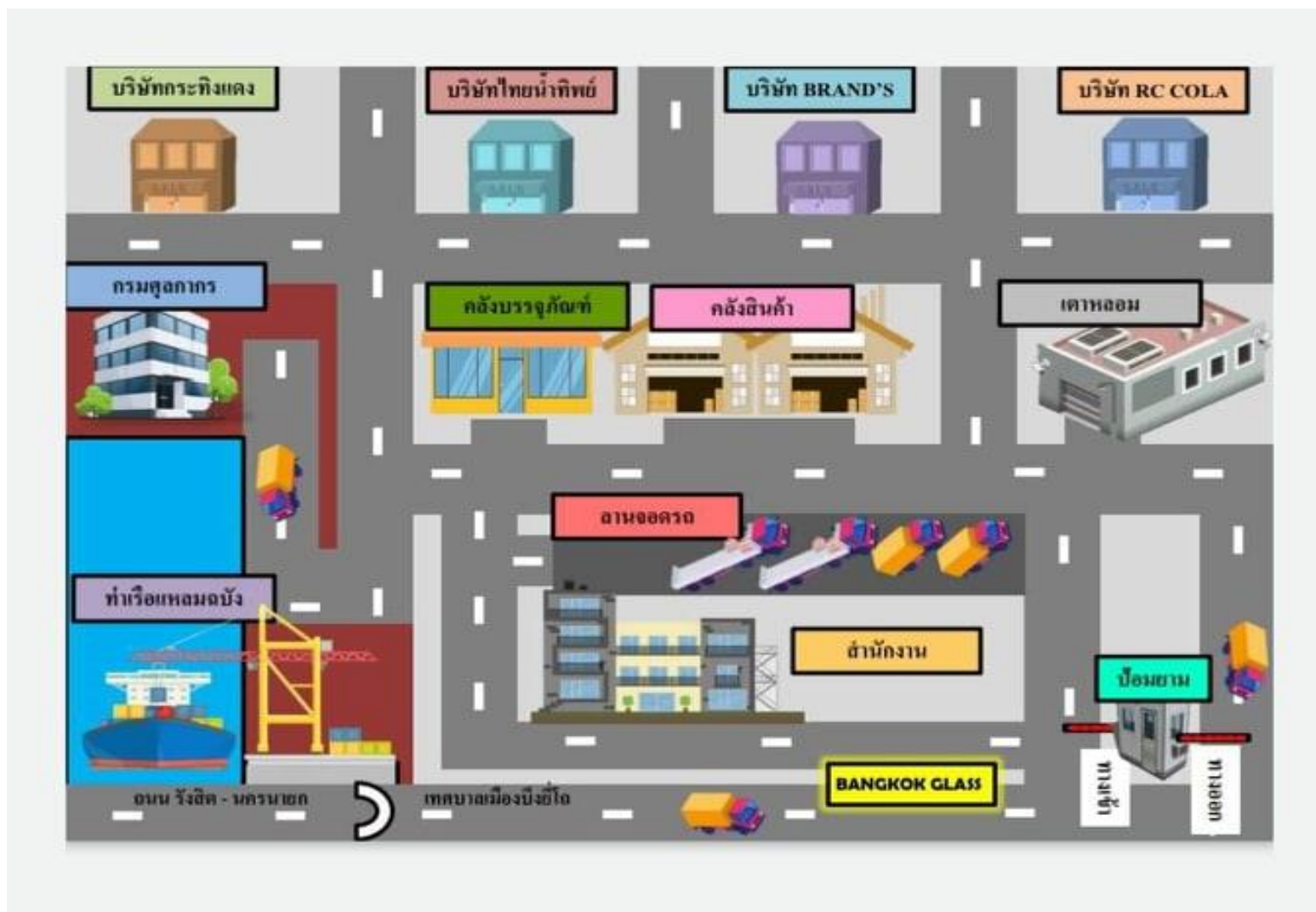
1.7 เจ้าหน้าที่ได้พาเข้าชมการหลอมแก้ว



1.8 ถ่ายภาพร่วมกับเจ้าหน้าที่พาเยี่ยมชมบริษัท

ภาคผนวก ก

ผังและขั้นตอนตอนการจัดทำโมเดล



ภาพในการทำโมเดล



1. วัดขนาดพื้นที่ของฐานโมเดล



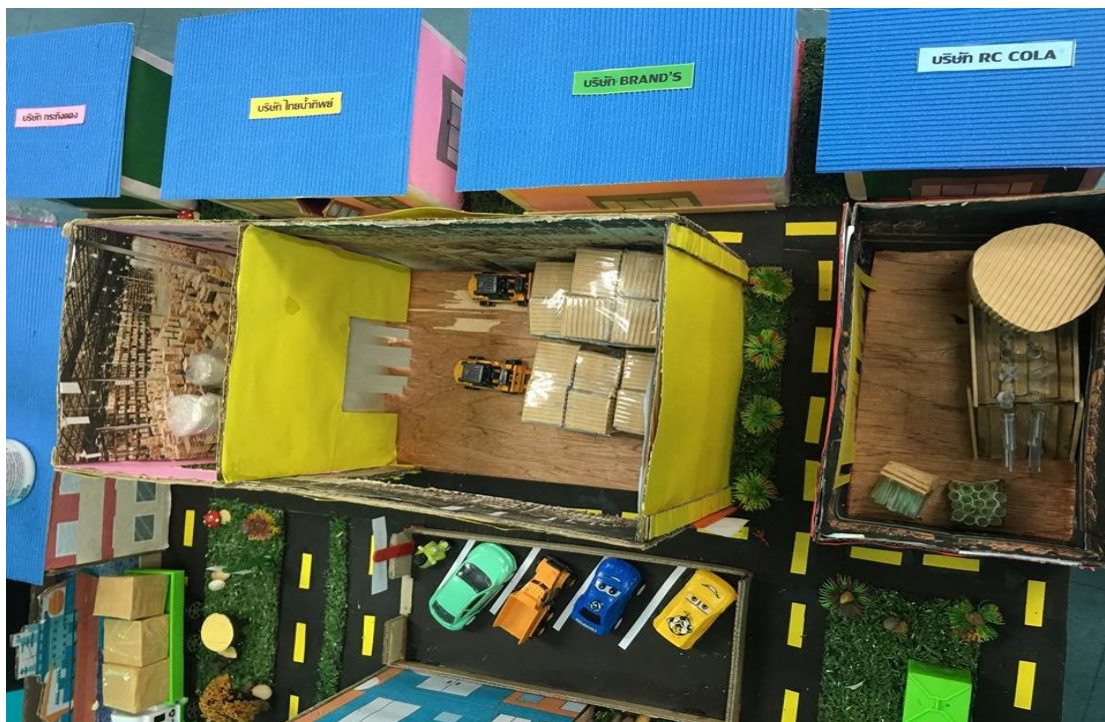
2. ทำการวัดและตัดกระดาษเพื่อทำเป็นถนน



3.ประกอบบริษัท



4. ประกอบคลังสินค้า



5. ประกอบกรมศุลกากร



6. ตกแต่งเพิ่มเติม



7. ประกอบคลังบรรจุภัณฑ์



8. โมเดลแบบเสร็จสมบูรณ์

ภาคผนวก ง

งบประมาณในการทำโครงการ

งบประมาณในการดำเนินงาน

งบประมาณการจัดทำรูปเล่มรายงาน

กระดาษ A4 1 รีม	90 บาท
หมึกสีและขาวดำ	395 บาท
รวม	449 <u>บาท</u>

งบประมาณการจัดทำโมเดล

อุปกรณ์เครื่องทำโมเดล	713 บาท
ของตกแต่งโมเดล	300 บาท
รวม	1,030 <u>บาท</u>

ลำดับ	รายการ	ราคา (บาท)
1	ค่าเอกสาร	320
2	กระดาษลูกฟูก 9 แผ่น	225
3	กระดาษลายน้ำ 2 แผ่น	50
4	กระดาษสี 5 แผ่น	100
5	กระดาษชานอ้อย 8 แผ่น	416
6	กระดาษแข็ง 3 แผ่น	80
7	ไม้ไอติม	30
8	กาว 2 หน้า	20
9	ไส้กาว 1 แพ็ค	20
10	ปืนกาว	20
11	กาวร้อน 4 ขวด	80
12	กาว TOA	15
13	หินตกแต่ง	35
14	โต๊ะไม้สำเร็จรูปมินิ	50
15	ดินไม้ปถม	30
16	รถของเล่น	150
รวม		1,641

ประวัติคณะผู้จัดทำ



นายณัฐวุฒิ มีโชค

เกิดเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2542

บ้านเลขที่ 85 หมู่ 11 ซอยบางปลา 2

ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี

จังหวัดสมุทรปราการ 10540

เบอร์โทรศัพท์ 094-512-8642

อีเมล manma37341@gmail.com



นายรัฐพล เกษงาม

เกิดเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2541

บ้านเลขที่ 234/159 ซอยเทพารักษ์

ถนนเทพารักษ์ ตำบลเทพารักษ์

อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270

เบอร์โทรศัพท์ 063-796-0534

อีเมล bewzuaii21463@gmail.com