



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก
กรอบการสัมภาษณ์

เรื่อง การวิเคราะห์เชิงลึกกระบวนการจัดการข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด และการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่งออกลำไยอบแห้งในจังหวัด เชียงใหม่ และลำพูน

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อทอง

1. ชื่อบริษัท
2. ที่ตั้ง
3. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์
4. ระยะเวลาในการดำเนินการลำไยอบแห้งเนื้อทอง
5. กำลังการผลิตต่อปี
6. ปริมาณการส่งออก
7. ตลาดที่ทำการส่งออกลำไยอบแห้งเนื้อทอง

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับวิธี และข้อมูลที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด

1. ข้อมูลที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของตลาด
2. ช่วงเวลาที่นำข้อมูลมาใช้
3. การรวบรวม วิธีการ และเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล
4. ประโยชน์จากข้อมูลที่รวบรวมและได้รับ
5. วิธีการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของตลาด

ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อมูล และวิธีการที่ใช้ในการวางแผนการจัดซื้อการผลิต

1. ข้อมูลที่ใช้ในการคาดคะเนปริมาณลำไยสด และแรงงาน
2. ช่วงเวลาที่นำข้อมูลมาใช้
3. การรวบรวม วิธีการ และเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล
4. ประโยชน์จากข้อมูลที่รวบรวมและได้รับ

ภาคผนวก ข
ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ผลิตรายที่ 1

1. ชื่อบริษัท บริษัทถนนอมทอง ลอนแกนค์ เอ็กซ์พอร์ต จำกัด
2. ที่ตั้ง 220 ม. 10 ต.บ้านธิ อ.เมือง จ.ลำพูน
3. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ คุณถนนอมทอง ชัยสิทธิ์

ผู้ผลิตรายที่ 2

1. ชื่อบริษัท บริษัทจำบอนฟู้ดส์ จำกัด
2. ที่ตั้ง 269/2 ม.3 ต.ศรีบัวบาน อ.เมือง จ.ลำพูน
3. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ดร.นิรันดร์ ด่านไพบูลย์

ผู้ผลิตรายที่ 3

1. ชื่อ กลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตทางการเกษตรบ้านท่าล้อ
2. ที่ตั้ง 44 ม.19 บ.ท่าล้อ ต.คอยหล่อ อ.คอยหล่อ จ.เชียงใหม่
3. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ คุณสายพิณ ศรีสถาพร

ผู้ผลิตรายที่ 4

1. ชื่อบริษัท บริษัททองพูนฟู้ดส์ จำกัด
2. ที่ตั้ง 122/5 ถ.ลำพูน- เชียงใหม่ ต.อุโมงค์ อ.เมือง จ.ลำพูน
3. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ คุณกรรณิการ์ ด่านไพบูลย์

ผู้ผลิตรายที่ 5

1. ชื่อ กลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตทางการเกษตรวังธารทอง
2. ที่ตั้ง 58/183 ต.คอยหล่อ อ.คอยหล่อ จ.เชียงใหม่
3. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ คุณสมพร วรรณเถิน

ผู้ผลิตรายที่ 6

1. ชื่อบริษัท –
2. ที่ตั้ง 102 ม. 11 ต.ต้นธง อ.เมือง จ.ลำพูน
3. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ คุณวิริยาภรณ์ และคุณพิทักษ์ เม่าหลังหลี่

ภาคผนวก ค
สถานการณ์การค้าลำไย

1. การผลิต

ประเทศไทยผลิตลำไย ปี 2544-2550 เฉลี่ยปีละ 478,962 ตัน โดยปี 2551 และปี 2552 ประมาณการผลิต 433,200 ตัน และ 441,660 ตัน ตามลำดับ ผลผลิตลำไยมีทั้งผลผลิตในฤดูและนอกฤดู มีการผลิตลำไยนอกฤดูเพื่อลดความเสี่ยงในด้านราคาที่ยกต่ำในช่วงฤดูกาล แหล่งผลิตที่สำคัญได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน และตาก

ตารางที่ 1 ปริมาณ การผลิตลำไยของไทยตั้งแต่ปี 2544-2550

ปี	ปริมาณ (ตัน)
2544	250,098
2545	429,518
2546	396,323
2547	597,272
2548	712,178
2549	471,892
2550	495,457
2551*	433,200
2552*	441,660

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ปี 2551, 2552 เป็นประมาณการ

เก็บเกี่ยว : ตลอดปี (ก.ค.-ส.ค. เป็นช่วงผลผลิตออกมา)

2. การค้า

- การส่งออก

ในปี 2550 ไทยส่งออกลำไยสดแช่เย็น แช่แข็ง แห้ง และผลิตภัณฑ์ มีปริมาณรวมทั้งสิ้น 284,421 ตัน มูลค่า 4,877 ล้านบาท แบ่งเป็น ลำไยสดแช่เย็น 160,013 ตัน มูลค่า 2,429 ล้านบาท ลำไยสด แช่แข็ง 378 ตัน มูลค่า 23 ล้านบาท ลำไยแห้ง 112,752 ตัน มูลค่า 2,017 ล้านบาท และลำไยกระป๋อง 11,277 ตัน มูลค่า 408 ล้านบาท

สำหรับปี 2551 (ม.ค.-ก.ย.) ไทยส่งออกลำไยสดแช่เย็น แช่แข็ง แห้งและผลิตภัณฑ์ มีปริมาณรวมทั้งสิ้น 192,094 ตัน มูลค่า 3,452 ล้านบาท แบ่งเป็นลำไยสดแช่เย็น 122,921 ตัน มูลค่า 1,932 ล้านบาท ลำไยสดแช่แข็ง 282 ตัน มูลค่า 13.5 ล้านบาท ลำไยแห้ง 62,843 ตัน มูลค่า 1,259 ล้านบาท และลำไยกระป๋อง 6,049 ตัน มูลค่า 247 ล้านบาท การ

ส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ปริมาณลดลงร้อยละ 1 แต่มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 2 ปริมาณ มูลค่า และตลาดหลักส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ของไทย

ปริมาณ : ตัน
มูลค่า : ล้านบาท

ประเภท	2549		2550		2550 (ม.ค.-ก.ย.)		2551 (ม.ค.-ก.ย.)		Δ51/50 (ม.ค.-ก.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ลำไยสดแช่เย็น	118,790	2,100	160,013	2,429	130,044	1,985	122,921	1,932	-5	-3
ลำไยสดแช่แข็ง	349	21	378	23	299	17.7	282	13.5	-6	-24
ลำไยแห้ง	78,363	1,605	112,752	2,017	55,141	954	62,843	1,259	14	32
ลำไยกระป๋อง	11,279	403	11,277	408	7,974	285	6,049	247	-24	-13
รวม	208,780	4,128	284,421	4,877	193,458	3,241	192,094	3,452	-1	6

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

-- ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย

1) ลำไยสดแช่เย็น

ในปี 2550 การส่งออกลำไยสดแช่เย็น มีปริมาณ 160,013 ตัน มูลค่า 2,429 ล้านบาท มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 26 และ 14 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ จีน (35.03%) อินโดนีเซีย (30.35%) ฮองกง (21.33%) แคนาดา (1.99%) เป็นต้น

สำหรับปี 2551 (ม.ค.-ก.ย.) การส่งออกลำไยสดแช่เย็น มีปริมาณ 112,921 ตัน มูลค่า 1,932 ล้านบาท ทั้งปริมาณและมูลค่าลดลงร้อยละ 5 และ 3 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ จีน (32.97%) อินโดนีเซีย (27.07%) ฮองกง (21.89%) สหรัฐฯ (3.88%) แคนาดา (2.53%) สิงคโปร์ (2.53%) เนเธอร์แลนด์ (1.46%) เป็นต้น

ตารางที่ 3 ปริมาณ มูลค่า และตลาดหลักส่งออกลำไยสดของไทย

ปริมาณ : ต้น
มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ	2549		2550		2550 (ม.ค.-ก.ย.)		2551 (ม.ค.-ก.ย.)		Δ51/50 (ม.ค.-ก.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
จีน	52,119	913	49,208	851	37,998	679	38,536	637	1	-6
อินโดนีเซีย	42,924	718	53,015	737	46,188	642	33,803	523	-27	-18
ฮ่องกง	12,254	243	40,550	518	31,268	401	36,713	423	17	5
สหรัฐฯ	28	1	230	9	81	2	1,466	75	1,701	3,837
แคนาดา	1,676	44	2,170	48	1,891	41	1,649	53	-13	30
สิงคโปร์	3,306	43	3,539	43	2,913	35	1,886	49	-35	40
เนเธอร์แลนด์	460	22	487	26	333	18	523	28	57	56
อื่นๆ	6,023	116	10,815	197	9,373	168	8,344	144	-11	-14
โลก	118,790	2,100	160,013	2,429	130,044	1,985	122,921	1,932	-5	-3

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดย
ความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ H.S. 2002 (ลำไยสด 0810900102)

H.S. 2007 (ลำไยสด 08109010000)

2) ลำไยสดแช่แข็ง

ในปี 2550 การส่งออกลำไยแช่แข็งมีปริมาณ 378 ต้น มูลค่า 23 ล้านบาท มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 และ 7 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันที่ผ่านมา ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ ฝรั่งเศส (36.79%) สหรัฐฯ (27.14%) นิวซีแลนด์ (15.31%) แคนาดา (6.19%) เนเธอร์แลนด์ (4.94%) เกาหลีใต้ (4.24%)

ปี 2551 (ม.ค.- ก.ย.) การส่งออกลำไยแช่แข็งมีปริมาณ 282 ต้น มูลค่า 13.5 ล้านบาท มีปริมาณและมูลค่าลดลงร้อยละ 6 และ 24 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันที่ผ่านมา ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ ฝรั่งเศส (65.13%) เนเธอร์แลนด์ (12.29%) สหรัฐฯ (5.79%) นิวซีแลนด์ (5.28%) จีน (4.4%) เกาหลีใต้ (4.4%) ออสเตรเลีย (1.93%) เป็นต้น

ตารางที่ 4 ปริมาณ มูลค่า และตลาดหลักส่งออกลำไยแช่แข็งของไทย

ปริมาณ : ตัน
มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ	2549		2550		2550(ม.ค.-ก.ย.)		2551(ม.ค.-ก.ย.)		Δ51/50(ม.ค.-ก.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ฝรั่งเศส	258	17.1	150	8.3	110	5.6	131	8.8	19.4	57.1
เนเธอร์แลนด์	-	-	17	1.1	17	1.1	22	1.7	30.2	54.5
สหรัฐฯ	76	2.9	81	6.1	78	5.9	15	0.8	-81.1	-86.4
นิวซีแลนด์	2	0.1	34	3.4	21	2.1	6	0.7	-68.5	-66.7
จีน	-	-	-	-	-	-	85	0.6	#VALUE!	#VALUE!
เกาหลีใต้	10	0.5	27	1.0	24	0.8	20	0.6	-18.6	-25.0
ออสเตรเลีย	-	-	1	0.2	-	-	1	0.3	#VALUE!	#VALUE!
อื่น ๆ	3	0.3	67	2.4	48	2.2	1	0.0	-97.7	-100.0
โลก	349	20.9	378	22.5	299	17.7	282	13.5	-5.5	-23.7

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ H.S. 2002 ลำไยแช่แข็ง 0811900304

H.S. 2007 ลำไยแช่แข็ง 08119000003

3) ลำไยแห้ง

ปี 2550 การส่งออกลำไยแห้งมีปริมาณ 112,752 ตัน มูลค่า 2,017 ล้านบาท มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.88 และ 125.68 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันที่ผ่านมา ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ จีน (67.25%) ลาว (10.24%) ฮองกง (10%) เมียนมาร์ (8.43%) สิงคโปร์ (0.85%) สหรัฐฯ (0.57%)

ปี 2551 (ม.ค. - ก.ย.) การส่งออกลำไยแห้งมีปริมาณ 62,843 ตัน มูลค่า 1,259 ล้านบาท มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 และ 32 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน ที่ผ่านมา ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่จีน (86%) ฮองกง (6.8%) ลาว (4.39%) สิงคโปร์ (0.89%) สหรัฐฯ (0.51%) เกาหลีใต้ (0.51%) ไต้หวัน (0.29%) เป็นต้น

ตารางที่ 4 ปริมาณ มูลค่า และตลาดหลักส่งออกลำไยแห้งของไทย

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ	2549		2550		2550(ม.ค.-ก.ย.)		2551(ม.ค.-ก.ย.)		Δ51/50(ม.ค.-ก.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
จีน	30,023	439	82,483	1,357	35,484	562	57,358	1,083	62	93
ฮ่องกง	645	88	5,842	202	413	45	2,215	86	436	91
ลาว	14,115	326	11,413	207	8,304	144	2,681	55	-68	-62
สิงคโปร์	187	31	276	17	228	13	91	11	-60	-15
สหรัฐ	50	10	143	12	106	9	64	6	-40	-33
เกาหลีใต้	231	9	123	7	8	1	122	6	1,425	650
ไต้หวัน	265	11	135	7	51	2	90	4	76	100
อื่น ๆ	32,847	691	12,337	208	10,547	178	222	8	-98	-96
โลก	78,363	1,605	112,752	2,017	55,141	954	62,843	1,259	14	32

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ H.S. 2002 ลำไยแห้ง 0813400104

H.S. 2007 ลำไยแห้ง 08134010000

4) ลำไยกระป๋อง

ปี 2550 การส่งออกลำไยกระป๋องมีปริมาณ 11,277 ตันมูลค่า 408 ล้านบาท ทั้งปริมาณและมูลค่าลดลงร้อยละ 0.01 และ 1 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันที่ผ่านมา ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ มาเลเซีย (28.93%) สิงคโปร์ (22.6%) อินโดนีเซีย (14.49%) สหรัฐฯ (13.15%) กัมพูชา (4.16%) ฝรั่งเศส(2.76%)

ในปี 2551 (ม.ค.-ก.ย.) การส่งออกลำไยกระป๋องมีปริมาณ 6,049 ตันมูลค่า 247 ล้านบาท มีปริมาณและมูลค่าลดลงร้อยละ 24 และร้อยละ 13 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันที่ผ่านมา ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สิงคโปร์(29.9%) อินโดนีเซีย (18.5%) มาเลเซีย (17.06%) สหรัฐฯ (14.41%) กัมพูชา (5.73%) ออสเตรเลีย (1.69%) เนเธอร์แลนด์ (1.63%) ฝรั่งเศส (1.42%) เป็นต้น

ตารางที่ 6 ปริมาณ มูลค่า และตลาดหลักส่งออกลำไยกระป๋อง

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ	2549		2550		2550(ม.ค.-ก.ย.)		2551(ม.ค.-ก.ย.)		Δ51/50(ม.ค.-ก.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
สิงคโปร์	2,720	96	2,553	92	1,983	71	1,863	74	-6	4
อินโดนีเซีย	1,252	45	1,543	59	896	34	635	29	-29	-15
มาเลเซีย	3,844	122	3,514	118	2,034	65	1,122	42	-45	-35
สหรัฐฯ	1,685	68	1,361	54	1,118	44	860	36	-23	-19
กัมพูชา	243	8	548	17	343	11	412	13	20	19
ออสเตรเลีย	171	7	154	6	86	4	92	4	7	8
เนเธอร์แลนด์	42	2	93	4	80	3	84	4	6	18
อื่น ๆ	1,365	56	1,605	61	1,515	57	1,066	50	-30	-12
โลก	11,279	403	11,277	408	7,974	285	6,049	247	-24	-13

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ H.S. 2002 ลำไยกระป๋อง 2008990130

H.S. 2007 ลำไยกระป๋อง 20089920001

-- แนวโน้มการส่งออก

คาดว่า การส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์จะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 เนื่องจากมีผลผลิตสำหรับการส่งออกเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐจำเป็นต้องเร่งการส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายการส่งออกในตลาดเดิม ตลาดใหม่ โดยเฉพาะตลาดค้าชายแดน สามารถระบายผลผลิตผลไม้ที่ออกสู่ตลาดพร้อมกันได้

3. มาตรการทางการค้าของไทย

3.1 ด้านภาษี

ส่งออก

- ไม่เสียภาษี

นำเข้า

- ลำไยสด นำเข้าจากประเทศที่มีใช้สมาชิก WTO ต้อง

ขออนุญาตนำเข้า และเสียภาษีนำเข้า 50 บาท : กิโลกรัม อัตราตามสภาพร้อยละ 60

- ลำไยแห้ง ภาษีในโควตา 30%

ภาษีนอกโควตา 53%

3.2 ด้านที่มีใช้ภายใน

- ส่งออก**
- เสรี
 - จัดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกผลลำไยสดกับกรมวิชาการ เกษตร
 - ขึ้นทะเบียนโรงบรรจุสินค้าและสวนเพื่อส่งออกสินค้า
- ลำไยไปออสเตรเลีย**
- กรณีส่งออกไปยังสิงคโปร์ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป
- ผู้ส่งออกต้องขอหนังสือรับรองสารตกค้างจากกรมวิชาการเกษตรประกอบการส่งออก**
- กรณีส่งออกไปประเทศที่ทำข้อตกลงจัดตั้งเขตการค้าเสรี
- ผู้ส่งออกต้องขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าผักและผลไม้จากกรมการค้าต่างประเทศ**
- ประกอบการขอใช้สิทธิ FTA เพื่อลดภาษีนำเข้า**
- นำเข้า**
- ลำไยสด เสรี
 - ต้องแนบใบรับรองปลอดศัตรูพืช
 - ต้องมีใบอนุญาตนำเข้าหรือสั่งอาหารเข้ามาในราชอาณาจักรจาก
- อย.**
- ลำไยแห้ง ตามข้อตกลง WTO ปี 2551 ปริมาณ 8 ตัน

4. มาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายในของประเทศคู่ค้า

4.1 สาธารณรัฐประชาชนจีน

- ต้องได้รับอนุญาตนำเข้า Import License
- ผู้นำเข้าสินค้าเกษตรต้องมีใบอนุญาตนำเข้าด้าน

สุขอนามัยพืช (Quarantine Import Permit : QIP)

4.2 สิงคโปร์

- แนบหนังสือรับรองปลอดศัตรูพืชจากกรมวิชาการ
- เกษตร**
- ผลไม้ทุกชนิดที่นำเข้าต้องติดป้ายแสดง แหล่งที่นำเข้า

4.3 ออสเตรเลีย

- ผู้นำเข้าต้องมีใบอนุญาตนำเข้า

- ออสเตรเลียกำหนดมาตรการตรวจสอบการนำเข้าไว้
อย่างเข้มงวด โดยสุ่มตรวจ 450 ผลต่อลำไยที่มีขนาดน้อยกว่า 1,000 ผล และ 600 ผลต่อลำไย 1,000 ผล
 - ใบรับรองปลอดศัตรูพืช
 - ต้องปราศจากแมลง หรือสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ
 - ขอขึ้นทะเบียน โรงบรรจุสินค้าและสวนเพื่อส่งออก
- สินค้าลำไยไปออสเตรเลียกับกรมวิชาการเกษตร

4.4 สหรัฐอเมริกา

- ต้องขออนุญาตนำเข้า
- ลำไยที่ส่งออกไปสหรัฐฯจะต้องปลูกในสวนที่ขึ้นทะเบียนและตรวจสอบจากกรมวิชาการเกษตร
- จะต้องผ่านการฉายรังสี และมีใบรับรองปลอดศัตรูพืชและระบุว่าได้ผ่านการฉายรังสีแล้ว
- ห้ามใช้สาร cypermetrin เกินที่กำหนด

4.5 ใต้หวัน

- ลำไยสด ห้ามนำเข้าตามระเบียบการกักกันโรคพืชเพื่อการนำเข้าสินค้ามายังใต้หวัน (Quarantine Requirements for Importation of Plant Products into Republic of China) ตั้งแต่พฤศจิกายน 2546
- ลำไยแห้ง กำหนดโควตาารวมสำหรับทุกประเทศ

4.6 นิวซีแลนด์

- ต้องมีการตรวจสอบเพื่อปลอดจากแมลงศัตรูพืชและโรคจำพวกแบคทีเรียและเชื้อรา
- ต้องมีใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate) ซึ่งออกโดยกรมวิชาการเกษตรเนบสำหรับการส่งออกทุกครั้ง
- สินค้าต้องถูกนำไปผ่านกระบวนการความร้อนอย่างน้อย 47 องศาเซลเซียส เป็นเวลาอย่างต่ำ 20 นาทีหรือกระบวนการใช้ความเย็นที่อุณหภูมิ 0.99 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 13 วัน หรือที่อุณหภูมิ 1.38 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 18 วัน
- ณ จุดตรวจขาเข้า จะมีการตรวจเอกสารในแต่ละ consignment สำหรับการส่งออกทุกครั้ง และจะมีการสุ่มตรวจสินค้าจำนวน 600 หน่วย

- กรณีพบแมลง/โรคในสินค้า ผู้นำเข้ามีทางเลือก ดังนี้ (ขึ้นอยู่กับประเภทของแมลงและโรคที่ตรวจพบ)

- ทำการ Treatment ใหม่
- ส่งสินค้ากลับ
- ทำลายสินค้า

5. FTA

5.1 ไทย-จีน

ภายหลังจากข้อตกลงการจัดตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างจีนกับไทย ผลิตภณำนำเข้าเหลือ 0% ครอบคลุมถึงสินค้าพิกัด 08 (ผลไม้) มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 ปี 2550 ไทยส่งออกลำไยเป็นลำไยสดและแห้ง ปริมาณ 131,691 ตัน มูลค่า 2,208 ล้านบาท เพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่าจากปีที่แล้วร้อยละ 60.32 และ 63.21 ตามลำดับ สำหรับปี 2551 (ม.ค.-ก.ย.) การส่งออกลำไยของไทยเป็นลำไยสดแช่เย็น ลำไยแช่แข็ง และลำไยแห้ง ปริมาณ 95,979 ตัน มูลค่า 1,721 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาทั้งปริมาณ และมูลค่าร้อยละ 23 และ 28 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ปริมาณ มูลค่าการส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ไปจีน

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเภท	2549		2550		2550 (ม.ค.-ก.ย.)		2551 (ม.ค.-ก.ย.)		Δ51/50 (ม.ค.-ก.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ลำไยสดแช่เย็น	52,119	913	49,208	851	37,998	679	38,536	638	1	-6.5
ลำไยสดแช่แข็ง	-	-	-	-	-	-	85	0.6	#VALUE!	#VALUE!
ลำไยแห้ง	30,023	439	82,483	1,357	35,484	562	57,358	1,083	38	48
ลำไยกระป๋อง	-	-	-	-	-	-	-	-	#VALUE!	#VALUE!
รวม	82,142	1,353	131,691	2,208	73,482	1,241	95,979	1,721	23	28

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

5.2 ไทย-อินเดีย

ตามความตกลงการค้าเสรีไทย-อินเดีย สินค้าลำไยสดพิกัด 081090 เป็น 1 ใน สินค้า 82 รายการที่ทยอยลดภาษีตามข้อตกลงตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2547 และเหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2549 ซึ่งมีเฉพาะลำไยสดเท่านั้นที่ส่งออกอินเดีย โดยปี 2550 ไทยส่งออกลำไยสดไปอินเดีย

ปริมาณ 436 ตัน มูลค่า 7.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 65 และ 200 ตามลำดับจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา และปี 2551 (ม.ค.-ก.ย.) ไทยส่งออกลำไยสดปริมาณลดลงร้อยละ 66 แต่มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ตามลำดับจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

5.3 ไทย-ออสเตรเลีย

ออสเตรเลียอนุญาตให้นำเข้าลำไยจากไทย ตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 ทำให้ไทยใช้สิทธิประโยชน์ตามความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 ซึ่งออสเตรเลียลดภาษีให้ไทยครอบคลุมถึงลำไยสดแช่เย็น ลำไยแช่แข็ง ลำไยแห้ง และลำไยกระป๋อง ซึ่งปี 2550 ไทยส่งออกลำไยสดแช่เย็น แช่แข็ง แห้งและกระป๋องรวมปริมาณ 426.4 ตัน มูลค่า 22.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 179 และ 82 ตามลำดับจากปีที่ผ่านมา สำหรับปี 2551 (ม.ค.-ก.ย.) ไทยส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ไปยังออสเตรเลียในปริมาณ 324.9 ตัน มูลค่า 8.6 ล้านบาท ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6 แต่มูลค่าลดลงร้อยละ 102.3 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 9 ปริมาณ มูลค่าการส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ไปออสเตรเลีย

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเภท	2549		2550		2550 (ม.ค.-ก.ย.)		2551 (ม.ค.-ก.ย.)		Δ51/50 (ม.ค.-ก.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ลำไยสดแช่เย็น	135.0	9.3	243.1	12.2	181.7	9.2	220.0	18.5	17.4	50.3
ลำไยสดแช่แข็ง	-	-	1.2	0.2	-	-	1.3	0.3	#VALUE!	#VALUE!
ลำไยแห้ง	17.9	3.3	28.4	4.1	76.4	3.8	5.9	1.2	-1,194.9	-216.7
ลำไยกระป๋อง	-	-	153.7	6.4	103.2	4.4	97.7	4.2	-5.6	-4.8
รวม	152.9	12.6	426.4	22.9	361.3	17.4	324.9	8.6	3.6	-102.3

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

5.4 ไทย-นิวซีแลนด์

ตามความตกลงการค้าเสรีไทย-นิวซีแลนด์ ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2548 โดยปี 2550 ส่งออกลำไยสดแช่เย็น แช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ไปนิวซีแลนด์ ปริมาณ 117.8 ตัน มูลค่า 10.4 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าลดลงร้อยละ 32.33 และ 26.76

ตามลำดับจากปีที่ผ่านมา สำหรับปี 2551 (ม.ค.-ก.ย.) ส่งออกปริมาณ 45.4 ตัน มูลค่า 2.6 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าลดลงร้อยละ 70.4 และ 207.7 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 10 ปริมาณ มูลค่าการส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ไปนิวซีแลนด์

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเภท	2549		2550		2550 (ม.ค.-ก.ย.)		2551 (ม.ค.-ก.ย.)		Δ51/50 (ม.ค.-ก.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ลำไยสดแช่เย็น	150.4	13.1	63.3	6.1	54.5	5.4	19.0	1.0	-186.8	-440.0
ลำไยสดแช่แข็ง	2.0	0.1	34.2	3.4	20.6	2.1	6.4	0.7	-222.5	-200.0
ลำไยแห้ง	0.4	0.1	1.6	0.1	1.2	0.1	0.2	0.0	-631.3	#DIV/0!
ลำไยกระป๋อง	21.3	0.9	18.7	0.8	1.0	0.4	19.8	0.9	95.1	55.6
รวม	174.1	14.2	117.8	10.4	77.3	8.0	45.4	2.6	-70.4	-207.7

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

5.5 ไทย-ญี่ปุ่น

ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่นมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2550 โดยปี 2550 ไทยส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ปริมาณ 216.51 ตัน มูลค่า 11.9 ล้านบาท โดยปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 248 และ 197.5 ตามลำดับจากปีที่ผ่านมา สำหรับปี 2551 (ม.ค.-ก.ย.) ไทยส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์รวม 83.52 ตัน มูลค่า 2.1 ล้านบาท ลดลงทั้งปริมาณและมูลค่าร้อยละ 159 และ 466 ตามลำดับจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 11 ปริมาณ มูลค่าการส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ไปญี่ปุ่น

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเภท	2549		2550		2550 (ม.ค.-ก.ย.)		2551 (ม.ค.-ก.ย.)		Δ51/50 (ม.ค.-ก.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ลำไยสดแช่เย็น	-	-	59.60	6.20	59.62	6.20	52.55	0.60	-13.45	-933.33
ลำไยสดแช่แข็ง	-	-	0.00	0.00	-	-	0.80	0.10	#VALUE!	#VALUE!
ลำไยแห้ง	0.40	0.10	-	-	-	-	-	-	#VALUE!	#VALUE!
ลำไยกระป๋อง	86.90	3.90	156.91	5.70	156.90	5.70	30.17	1.40	-420.05	-307.14
รวม	87.30	4.00	216.51	11.90	216.52	11.90	83.52	2.10	-159.24	-466.67

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

6. ปัญหาอุปสรรค

6.1 ปัญหา

-ประเทศผู้นำเข้าตรวจพบสารตกค้างในลำไยของไทยอย่างต่อเนื่อง เช่น สารตกค้างซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO₂) และ Methamidophos เกินกว่าเกณฑ์แต่ละประเทศนำเข้ากำหนดไว้ เป็นต้น

-มาตรการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จีน กำหนดให้ต้องมีการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax : VAT) จากผู้นำเข้าในอัตราร้อยละ 13 ของราคาหรือมูลค่าที่ประเมิน การผูกขาดทำนำเข้าสินค้า โดยกำหนดให้นำเข้าเพียง 10 ด่าน (หากการนำเข้าที่อื่น ค่อนข้างยุ่งยากและล่าช้ากว่า) และกรณี AQSIQ ปักกิ่ง ได้ระงับการนำเข้าผลไม้ไทยผ่านด่านผิงเสียง ด้วยการไม่ออกใบ QIP ให้ผู้นำเข้าของจีน

- ต้นทุนการส่งออก เช่น ค่าระวางเรือมีราคาสูง

6.2 แนวทางแก้ไขปัญหา

-ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ผู้ผลิตเกิดความตระหนักในเรื่องการผลิตที่ดีเพื่อการส่งออกที่ได้มาตรฐานตามประเทศผู้นำเข้ากำหนด เพื่อให้ผู้บริโภคในต่างประเทศเกิดความเชื่อมั่นใน ความปลอดภัยลำไยของไทย

-ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตลำไยที่ดี และเหมาะสม

-เจรจาเพื่อลดข้อกีดกันทางการค้า เช่น เร่งรัดให้มีการลงนาม MOU ร่วม 2 ฝ่ายระหว่างไทยและจีนในการขนส่งสินค้าผลไม้ทางบก ในกรณี AQSIQ ปักกิ่งระงับการนำเข้าผลไม้ด่านผิงเสียง

-ภาครัฐและเอกชนมีความร่วมมือกันศึกษาระบบ โลจิสติกส์จากแหล่งผลิตถึงตลาดปลายทางในแต่ละเส้นทางการขนส่งผลไม้ เพื่อให้มีการปรับปรุงพัฒนาในการลดต้นทุนของการส่งออกผลไม้

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ภาครัฐควรสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้ลำไยเป็นที่รู้จักให้แพร่หลายเป็นที่นิยม ดึงดูดผู้บริโภคในต่างประเทศในตลาดใหม่เพิ่มขึ้น โดยช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้าลำไยต่าง ๆ เช่น จัดโรดโชว์คู่กับสินค้าอาหารอื่น ๆ หรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในต่างประเทศมากขึ้น

7.2 จัดตั้งคณะกรรมการเจรจาแก้ไขปัญหาการกีดกันทางการค้าเพื่อลดปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับการส่งออกผลไม้ไทยอย่างเคร่งครัดด้วย

7.3 ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านเทคนิค ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจต่อเกษตรกรชาวสวน ผู้ส่งออกเกี่ยวกับความเข้มงวดในการตรวจสอบสารตกค้าง โรคพืช แมลง และการออกหนังสือรับรองสุขอนามัยเพื่อการส่งออก รวมทั้งปรับปรุงกรรมวิธี การควบคุมการตรวจสอบอย่างรวดเร็ว และให้เป็นที่ยอมรับของประเทศผู้นำเข้า

กรมการค้าต่างประเทศ
สำนักบริหารการค้าสินค้าทั่วไป
กลุ่มสินค้าเกษตร
ธันวาคม 2551
(สถิติ ม.ค. – ก.ย. 2551)

ขั้นตอนการส่งออก

การค้าระหว่างประเทศนั้น เกิดจากการตกลงทำธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้ซื้อหรือผู้นำเข้ากับผู้ขายหรือผู้ส่งออก ซึ่งอยู่คนละประเทศแต่ต้องการซื้อขายสินค้า เพื่อให้ผู้ซื้อได้รับสินค้าตามคำสั่งซื้อ และผู้ขายได้รับชำระเงินตามราคาสินค้า

กระบวนการส่งออก เริ่มต้นขึ้นหลังจากกระบวนการผลิต โดยมีสิ่งที่พิจารณาตามขั้นตอนดังนี้

การคัดเลือกสินค้าที่จะส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งควรเป็นสินค้าที่ท่านมีความชำนาญในการผลิตหรือสามารถจัดหาได้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและได้มาตรฐานตามที่ผู้ซื้อต้องการ

ทราบข้อมูลการตลาดและรายชื่อผู้นำเข้า จากสำนักงานพาณิชย์ประจำสถานทูตไทยที่อยู่ในประเทศนั้น ๆ หรือที่รู้จักในนามสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ องค์การทางการค้า ผู้แทนการค้าในท้องถิ่น สถานทูตของประเทศต่างๆ ที่อยู่ในประเทศไทยและกรมส่งเสริมการค้าส่งออก เป็นต้น

ติดต่อกับตัวแทน หรือบริษัทที่ต้องการซื้อสินค้า และที่สำคัญผู้ส่งออกจะต้องศึกษากฎระเบียบข้อจำกัดในการนำเข้าต่าง ๆ อย่างเช่น ภาษีนำเข้า ใบอนุญาตนำเข้า โควตานำเข้าและกฎหมายระหว่างประเทศ รวมทั้งศึกษาถึงวิธีการขนส่งสินค้าไปยังประเทศเป้าหมาย เพื่อให้สามารถดำเนินการจัดส่งสินค้าได้ทันตามกำหนดและเหมาะสมกับตัวสินค้า โดยคำนึงถึงต้นทุนในการขนส่ง ความปลอดภัยของสินค้าและประสิทธิภาพในการขนส่ง ซึ่งมีช่องทางในการขนส่งหลายช่องทาง เช่น การขนส่งสินค้าทางเรือ การขนส่งสินค้าทางอากาศ การขนส่งสินค้าทางบก ด้วยรถยนต์ รถไฟ และการขนส่งสินค้าทางพัสดุภัณฑ์และไปรษณีย์

การศึกษาและดำเนินการระเบียบพิธีการส่งออก เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายต่ำ ได้แก่ การเตรียมเอกสารเพื่อยื่นใบขนส่งสินค้าออก การตรวจสอบเอกสารและการประเมินอากร เป็นต้น และสิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้ส่งออกต้องระมัดระวังก็คือการทำสัญญาซื้อขาย หรือคำสั่งซื้อ ซึ่งทั้งสองสิ่งนี้จะเป็นหลักฐานร่วมกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อนำไปใช้ป้องกันการบิดพลิ้ว หรือเพื่อใช้ในการฟ้องร้องหากเกิดข้อผิดพลาดขึ้น และที่สำคัญยังใช้เป็นหลักฐานประกอบการขอสินเชื่อเพื่อการส่งออกได้ ซึ่งในสัญญาซื้อขายหรือคำสั่งซื้อที่ท่านจะต้องกำหนดรายละเอียดในเรื่องข้อตกลงทางด้านราคาและเงื่อนไขของราคาเช่น ราคาต่อหน่วย, ราคาเป็น F.O.B, C.I.F., C.F.R. หรืออื่น ๆ สตักเงินที่ใช้ชำระ และระยะเวลาในการชำระ เพื่อป้องกันการเสียผลประโยชน์จากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เลือกรูปแบบวิธีการซื้อขายร่วมกัน ซึ่งในกระบวนการซื้อขายนี้ มีอยู่หลายประเภท ที่ผู้ขายสามารถเลือกใช้ตามความสะดวกและเหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง ดังนี้

การขายด้วยการจ่ายเงินสดหรือจ่ายล่วงหน้า คือ การที่ผู้ซื้อโอนเงิน, Draft เช็คธนาคาร หรือการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิต ไปให้ผู้ขายพร้อมกับการสั่งซื้อสินค้า วิธีนี้ผู้ซื้อเป็นฝ่ายเสียเปรียบเนื่องจากต้องจ่ายเงินก่อนที่จะเห็นสินค้า วิธีการขายแบบนี้ ส่วนใหญ่จะใช้กับการสั่งซื้อของที่มีราคาไม่สูงนัก เช่น หนังสือ เสื้อผ้า อุปกรณ์กีฬา หรือตัวอย่างสินค้า เป็นต้น

การขายด้วยวิธีการเปิดบัญชี (Open Account) เป็นการขายสินค้าโดยผู้ขายให้เครดิตแก่ผู้ซื้อ หรือการขายแบบเงินเชื่อนั่นเอง ส่วนใหญ่ผู้ซื้อมักผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นระยะตามที่ตกลงกัน อาจเป็น 30,60,90, วัน หรือมากกว่านั้น การขายด้วยวิธีนี้นิยมทำเฉพาะคู่ค้าที่เชื่อถือใจกันมาก หรือจะทำกับสาขาของบริษัทในเครือเท่านั้น เนื่องจากวิธีนี้ไม่มีหลักประกันใด ๆ ว่าผู้ขายจะได้รับเงินค่าสินค้า

การขายแบบวิธีฝากขาย (Consignment) เป็นการฝากให้บุคคลที่รู้จักหรือตัวแทนทางธุรกิจไปขายสินค้าให้ในต่างประเทศ โดยผู้ขายจะได้รับเงินภายหลังจากที่ผู้ซื้อชำระค่าสินค้าแล้วเท่านั้น ส่วนผลกำไรต้องแบ่งให้ตัวแทนตามแต่จะตกลงกัน โดยผู้ขายต้องมั่นใจว่า ผู้รับสินค้าสามารถนำเอกสารไปออกสินค้าได้เร็วเพราะถ้า นำสินค้าออกล่าช้าจะทำให้เสียค่าเก็บของในคลังสินค้าเพิ่มขึ้น หรือขายสินค้าไม่ได้ในช่วงที่ราคาดี

การขายแบบวิธีการเรียกเก็บเงิน (B/C) หรือ Bill for Collection วิธีนี้เป็นวิธีการชำระค่าสินค้านำระหว่างประเทศที่นิยมกันอย่างแพร่หลายอีกวิธีหนึ่ง โดยผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกันว่าเมื่อผู้ขายจัดส่งสินค้าแล้วผู้ขายจะส่งเอกสารเรียกเก็บเงินผ่านธนาคารของผู้ขาย ไปยังธนาคารของผู้ซื้อ เพื่อส่งมอบเอกสารและเรียกเก็บเงินค่าสินค้าจากผู้ซื้อ

วิธีการ คือ ภายหลังจากที่ผู้ซื้อและผู้ขายตกลงซื้อขายสินค้ากันแล้ว ผู้ขายจะนำสินค้าพร้อมทั้งใบกำกับสินค้าไปส่งให้กับบริษัทขนส่ง โดยบริษัทดังกล่าวจะออกใบตราส่งสินค้าซึ่ง แสดงว่าได้รับสินค้าไว้เพื่อจัดส่งแล้ว ให้แก่ผู้ขายเพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการออกตัวแลกเงิน และเอกสารอื่นๆ ซึ่งรวมเรียกว่า “เอกสารการส่งออก” นำไปส่งให้ธนาคาร ผู้ส่งตัวไปเรียกเก็บเพื่อส่งเอกสารทั้งหมดไปยังธนาคารตัวแทนในประเทศ ผู้ซื้อเรียกว่าธนาคารผู้เรียกเก็บ ทำหน้าที่เรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อและส่งมอบเอกสารการส่งออก เพื่อนำไปออกสินค้าต่อไป

การขายแบบ Letter of Credit (L/C) หรือเลตเตอร์ออฟเครดิตทางการค้า หมายถึง ตราสารที่ธนาคารผู้เปิด L/C เป็นผู้ออกโดยคำสั่งของผู้ซื้อ เพื่อแจ้งไปยังผู้ขายผ่านทางธนาคาร ตัวแทนเป็นการยืนยันว่าเมื่อผู้ขายปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ใน L/C ถูกต้องครบถ้วนแล้วธนาคารผู้เปิด L/C จะชำระเงินให้แก่ผู้ขาย สาเหตุที่ผู้ส่งออกนิยมใช้วิธีนี้ก็เพราะ ผู้ซื้อมีความมั่นใจว่าคำสั่งซื้อสินค้าด้วยการเปิด L/C ไปให้ผู้ขายแล้วผู้ขายจะจัดส่งสินค้าไปให้ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ใน L/C ทุกประการ หากผู้ขายไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงที่กำหนดไว้ใน L/C ธนาคารก็จะเป็นผู้รับผิดชอบในการติดต่อประณาม หรือฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากผู้ขายได้

ส่วนผู้ขายเองก็มีความมั่นใจในการส่งสินค้าออกเช่นเดียวกัน เพราะหลังจากที่ส่งสินค้าไปให้ผู้ซื้อแล้ว และจัดทำเอกสารส่งออกให้ครบและถูกต้องก็จะสามารถไปรับเงินจากธนาคารในประเทศของผู้ขายได้ทันที

ขั้นตอนในการเปิด L/C นั้น เริ่มจากภายหลังการตกลงซื้อขายสินค้านำระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเรียบร้อยแล้ว ผู้ซื้อต้องมาติดต่อกับธนาคารของตนเพื่อขอเปิด L/C ธนาคารจะดำเนินการให้เฉพาะลูกค้าที่มีวงเงินสินเชื่อหรือหาผู้ซื้อไม่มีวงเงิน ธนาคารอาจขอให้จ่ายค่ามัดจำค่าสินค้านำล่วงหน้าก่อน แล้วจึงเปิด L/C ให้ ธนาคารในประเทศผู้ซื้อที่เปิด L/C เรียกว่า ธนาคารผู้เปิด L/C โดยผ่านธนาคารตัวแทนในประเทศผู้ขาย เรียกว่า ธนาคารผู้แจ้งการเปิด L/C เมื่อผู้ขายได้รับ L/C แล้วต้องตรวจสอบว่า L/C เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้หรือไม่ หากถูกต้องผู้ขายสามารถดำเนินการส่งสินค้าออกได้ทันที โดยนำสินค้าของตนไปส่งให้กับบริษัทขนส่ง หรือบริษัทผู้รับขนส่งสินค้า หรือขึ้นเครื่องบินเพื่อจัดส่งไปให้ผู้ซื้อ ผู้ขายจะได้รับใบตราส่งสินค้าจากบริษัทขนส่งเพื่อแสดงว่าได้รับสินค้าบรรทุกลงเรือหรือขึ้นเครื่องบินแล้ว

หลังจากนั้น ผู้ขายจะจัดทำใบกำกับสินค้า ตัวแลกเงินและเอกสารอื่น ๆ ซึ่งเรียกว่าเอกสารการส่งออก นำมาขอขึ้นเงินกับธนาคารตามเงื่อนไขใน L/C โดยผู้ขายจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขใน L/C ทุกประการ ธนาคารผู้รับซื้อตัวจะชำระเงินทันทีในกรณีเป็นตัวจ่ายเงินเมื่อเห็น หรือจ่ายเงินเมื่อครบกำหนดตามที่ L/C ระบุ

และขอรับเงินหรือหักบัญชีของธนาคารผู้เปิด L/C ด้วย หลังจากนั้นจึงส่งเอกสารทั้งหมดมายังธนาคารผู้เปิด L/C เพื่อเรียกเก็บจากผู้ซื้อพร้อมทั้งส่งมอบเอกสารการส่งออกให้กับผู้ซื้อเพื่อทำการออกสินค้าต่อไป

ในปัจจุบันการค้าต่างประเทศนิยมใช้การขายโดยมีเอกสารประกอบ 2 วิธีดังกล่าว คือ การส่งตัวเรียกเก็บเงิน (Bill for Collection) และการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต (Commercial Letter of Credit) เป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะวิธีคุ้มครองเงินตราต่างประเทศในบางประเทศอาจบังคับให้ต้องใช้วิธีการชำระเงินด้วยการเปิด L/C เพียงอย่างเดียว ส่วนการซื้อสินค้าด้วยวิธีการจ่ายเงินสดหรือจ่ายเงินล่วงหน้านั้นมักใช้กับการสั่งซื้อสินค้าจำนวนเล็กน้อยเพื่อให้เองไม่จำเป็นต้องสั่งซื้อเพื่อการค้า

การส่งสินค้าออกโดยผู้ซื้อเปิด L/C เพื่อการส่งสินค้านั้นธนาคารพาณิชย์จะเข้ามามีบทบาทในการดำเนินการชำระเงินแก่ผู้ขาย หากไม่เปิด L/C ธนาคารทำหน้าที่เป็นเพียงตัวกลางในการติดต่อประสานงานและเรียกเก็บเงินเพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนที่ตกลงกันไว้เท่านั้น เมื่อผู้ซื้อชำระค่าสินค้าและผู้ขายได้รับเงินนั้นแล้วทั้งหมดหน้าที่ของธนาคาร

จุดที่ผู้ส่งออกต้องระมัดระวังมากที่สุด คือ เงื่อนไขที่ระบุไว้ใน L/C เพราะหากเกิดข้อผิดพลาดอย่างเช่น เงื่อนไขที่ซับซ้อนหรือแม้กระทั่งตัวสะกดของชื่อบุคคล บริษัท ถนน ไม่ว่าจะมิเชตนาหรือไมก็ตามธนาคารจะไม่ยอมจ่ายเงินให้ผู้ส่งออกจนกว่าจะแก้ไขให้ถูกต้องเสียก่อน ผู้ที่จะช่วยตรวจสอบ L/C ให้เราได้ดีที่สุที่สุดคือ ธนาคาร เพราะนอกจากความถูกต้องแล้วยังช่วยวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือทางการเงินของผู้ซื้อและให้คำแนะนำด้วยเงื่อนไขที่ดีกว่าได้

จัดเตรียมเอกสารประกอบการค้าระหว่างประเทศ ที่ผู้ซื้อและผู้ขายระบุเอาไว้ในสัญญาการสั่งซื้อสินค้าเข้าหรือการส่งออก ซึ่งตัวหรือเอกสารส่งออกแต่ละชุดนั้นไม่จำเป็นต้องประกอบด้วยเอกสารทุกชนิดที่จะกล่าวถึง แต่ขึ้นอยู่กับว่าผู้ซื้อต้องการเอกสารอะไรบ้างตามข้อตกลงเอกสารหลัก ๆ ประกอบด้วย

1. ดราฟหรือตั๋วแลกเงิน เป็นตราสารที่ผู้ออกตราสารหรือผู้ออกคำสั่งให้บุคคลหนึ่งจ่ายเงินให้แก่อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งทั้งสองแบบหมายความเหมือนกันและนิยมเรียกว่า ดราฟ ส่วนใหญ่หมายถึง Draft ของธนาคารเองหรือเป็นตราสารที่ใช้เงินจากธนาคารอื่น

2. ดราฟเป็นที่เข้าใจว่าเป็นตั๋วแลกเงินที่ธนาคารเป็นผู้จ่ายโดยมีส่วนประกอบ 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายแรกเป็นผู้สั่งจ่ายคือผู้ที่ออกตั๋วหรือเขียนตั๋วระบุชื่อผู้อื่นไว้ในตั๋ว ฝ่ายที่สองคือ ผู้จ่าย คือผู้ที่ถูกระบุชื่อในตั๋วสั่งให้จ่ายเงินตามจำนวนที่ปรากฏในตั๋ว อาจถูกยื่นให้รับรองตั๋วในกรณีตั๋วมีระยะเวลากำหนดเมื่อรับรองตั๋วแล้วคือ เป็นผู้ลงชื่อในด้านหน้าของตั๋วเป็นการรับรองว่าจะจ่ายเงินตามคำสั่งนั้น และฝ่ายที่สามคือผู้รับเงิน คือผู้ที่ได้รับเงินตามจำนวนที่ระบุไว้จากผู้จ่ายเงินแต่ผู้รับเงินก็อาจจะโอนกรรมสิทธิ์ให้กับผู้อื่นได้โดยการสลักหลังและส่งมอบแล้วจะมีฐานะเป็นผู้สลักหลัง คือ การลงชื่อไว้ด้านหลังของตั๋วเพื่อโอนสิทธิ์ให้แก่ผู้รับโอน

ตามปกติการส่งตัวเพื่อเรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อที่อยู่ต่างประเทศมักจะส่งทางไปรษณีย์หลายครั้งซึ่งตัวที่จะออกนั้นจะมีข้อความเหมือนกัน เรียกว่าตั๋วที่ออกเป็นสำรับ สาเหตุที่ต้องออกหลายชุดก็เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ซื้อจะได้รับตัวอย่างแน่นอน และข้อความสำคัญในการออกตั๋วเป็นสำรับนี้จะต้องระบุว่าเมื่อใช้ฉบับใดฉบับหนึ่งแล้วฉบับอื่นๆ ถือว่ายกยก

การที่ธนาคารผู้เรียกเก็บเงินนำตัวไปแสดงต่อผู้ซื้อนั้น ถือว่ายังไม่เพียงพอ จะต้องมีการรับรองตัวจึงจะสมบูรณ์ โดยเขียนคำว่า Accepted พร้อมกับประทับตราและลงลายมือชื่อเอาไว้เป็นหลักฐาน ตามปกติแล้วการ

ลงลายมือชื่อที่ด้านหน้าของตัวเพียงอย่างเดียวก็ถือว่าเป็นการรับรองตัวแล้วและตัวนั้นก็จะมีค่าเท่ากับตัวสัญญาใช้เงินนั่นเอง

บัญชีราคาสินค้าหรือใบกำกับราคาสินค้า เป็นเอกสารที่ผู้ส่งสินค้าจัดทำขึ้นเพื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า เช่น รายการจำนวนสินค้า น้ำหนัก ราคาต่อหน่วย ราคารวมเครื่องหมายหีบห่อ ชื่อผู้ซื้อเป็นต้น Invoice มี 2 ชนิดด้วยกัน คือ Official Invoice และ Commercial Invoice

Official Invoice ประกอบด้วย

Custom Invoice ทำขึ้นเพื่อมอบให้ด่านศุลกากรปลายทางใช้ตรวจสินค้า การที่ศุลกากรต้องการ Invoice ชนิดนี้ก็เพื่อป้องกันการตัดราคาในบางประเทศ

Consular Invoice เป็นใบกำกับราคาสินค้าที่ต้องให้กงสุลของประเทศผู้ซื้อที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ตรวจลงตราก่อนการขนส่งตามระเบียบศุลกากรของประเทศผู้ซื้อบางประเทศ เว้นแต่ L/C จะขออนุญาตให้ Invoice นั้นออกได้โดยสถานกงสุลของประเทศพันธมิตรอื่น ดังนั้น Invoice ชนิดนี้จะต้องได้รับการประทับตราทางราชการและลงนามโดยถูกต้อง ซึ่งต้องเสียค่าธรรมเนียมให้สถานกงสุลตามระเบียบของสถานกงสุลนั้นๆ

ส่วน Commercial in voice ประกอบด้วย

Consignment Invoice ใช้ในการส่งสินค้าเพื่อไปฝากขาย ราคาที่แจ้งเป็น C.I.F.

Sample Invoice ใช้สำหรับส่งสินค้าตัวอย่างไปต่างประเทศ

Pro-forma In voice ใช้ในการเสนอราคา และเงื่อนไขในการจ่ายเงิน ผู้ส่งสินค้ามักจะทำเป็น Pro-forma Invoice ส่งไปให้ผู้ซื้อ เมื่อผู้ซื้อพอใจก็จะเปิด Credit สั่งซื้อสินค้าโดยอ้าง เลขที่และวันที่ ของ Pro-forma Invoice นั้นๆ ดังนั้น Pro-forma Invoice จึงใช้ได้ทั้งเป็นการเสนอขายและข้อตกลงแทนสัญญาซื้อขายไปในตัว

4. ใบตราส่งสินค้า เป็นเอกสารที่ผู้ทำการขนส่งสินค้า (Shipping Company) ออกให้แก่ผู้จัดส่งไว้เพื่อเป็นหลักฐานว่าตนได้รับมอบสินค้าไว้เพื่อทำการขนส่งจากที่แห่งหนึ่งไปยังสถานที่ที่กำหนดมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

เป็นใบรับสินค้าที่จะทำการขนส่ง แสดงรายการตามสภาพสินค้าภายนอกของหีบห่อและจัดแจ้งประเภทของสินค้า

เป็นสัญญาระหว่างผู้ส่งกับผู้ขนส่งว่าจะดำเนินการขนส่งสินค้าไปยังเมืองที่กำหนดและจะส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับตามคำสั่งของผู้ส่ง

เป็นตราสารสิทธิของผู้ทรงแสดงว่าผู้ทรง L/C เป็นเจ้าของสินค้าตามรายการที่ขนส่ง และโอนสิทธิ์ต่อกันได้ ใบตราส่งสินค้าจึงเป็นเอกสารเปลี่ยนมือได้

ชนิดของใบตราส่งสินค้าที่นิยมใช้กันทางการค้าระหว่างประเทศปัจจุบันมี 2 แบบ คือ Ocean Bill of Lading เป็นใบตราส่งสินค้าทางทะเล และ Through Bill of Lading ใช้ในการขนส่ง ซึ่งรวมทั้งตลอดทางที่ต้องมีการขนส่งทางบกและทางน้ำ

การออกใบตราส่งสินค้านี้ ตามปกติบริษัทเดินเรือจะออกให้ผู้ส่งสินค้าเป็นสำรับ สำรับหนึ่งอย่างน้อย 3 ฉบับ และสามารถโอนเปลี่ยนมือได้ทั้ง 3 ฉบับแต่ถ้าใช้ฉบับใดฉบับหนึ่งไปแล้วที่เหลือเป็นอันยกเลิกไม่

สามารถนำมาใช้ได้ อีก นอกจากนี้บางครั้งในการขนส่งสินค้าหีบห่ออาจแตก ชำรุดก็จะบันทึกรายการชำรุดลงในใบตราส่งที่บริษัทเดินเรือออกให้เป็นหลักฐาน

ส่วนใบตราส่งสินค้าทางอากาศเป็นใบรับและเป็นสัญญารับขนส่งสินค้าของบริษัทการบิน ออกให้แก่ผู้ส่งสินค้า ซึ่งต่างไปจาก Bill of Lading เพราะ Airway bill ไม่ใช่ตราสารแสดงสิทธิของผู้ทรงเอกสาร

5. Parcel Post Receipt ใบพัสดุภัณฑ์ไปรษณีย์ เป็นใบรับออกให้โดยสำนักงานไปรษณีย์ของประเทศต้นทางสินค้า เพื่อให้ไว้เป็นหลักฐานว่าจะจัดส่งหีบห่อสินค้าตามที่ระบุไว้ไปให้แก่ผู้รับปลายทางที่สำนักงานไปรษณีย์ในประเทศของผู้รับสินค้า ซึ่งใบ Parcel Post Receipt เป็นเพียงใบรับเท่านั้น

6. Railway B/L ใบตราส่งทางรถไฟ เป็นใบรับออกโดยการรถไฟ หรือตัวแทนและมีลายเซ็นของผู้ทำการขนส่งและตัวแทนลงนามประทับตราและวันที่ออก

7. ธรรมเนียมประกันภัย เป็นเอกสารสำคัญอีกอันหนึ่ง เพราะเป็นสัญญาซึ่งผู้รับประกันภัยตกลงจะใช้ค่าสินไหมทดแทนให้ผู้เอาประกันซึ่งได้เสียเบี้ยประกันให้กับผู้รับประกันภัย ในกรณีที่เกิดภัยกับสินค้าตามที่ได้ตกลงกันไว้ โดยเฉพาะในการขนส่งสินค้าทางทะเลที่สามารถเกิดภัยได้ทุกขณะ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวจะต้องมีฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายทำประกันไว้แล้วแต่จะตกลงกัน วงเงินเอาประกันควรสูงกว่าราคาจริงของสินค้าอย่างน้อยควรเท่ากับราคาสินค้าบวกกับภาษีขาเข้า ทั้งนี้เพราะเวลาชำระภาษีจะต้องชำระเต็มตามจำนวนที่ปรากฏใน Invoice ไม่ว่าสินค้านั้น ๆ จะถูกภัยเสียหายหมดแล้วก็ตาม

ที่มา : สถาบันฝึกอบรมกรมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก

--วารสารกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2544--

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวศิริรักษ์ ยาวีราช
วัน เดือน ปีเกิด	3 ตุลาคม 2520
ประวัติการศึกษา	- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ
ประวัติการทำงาน	- ปี 2543 – ปัจจุบัน โรงเรียนพณิชยการลานนาเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved