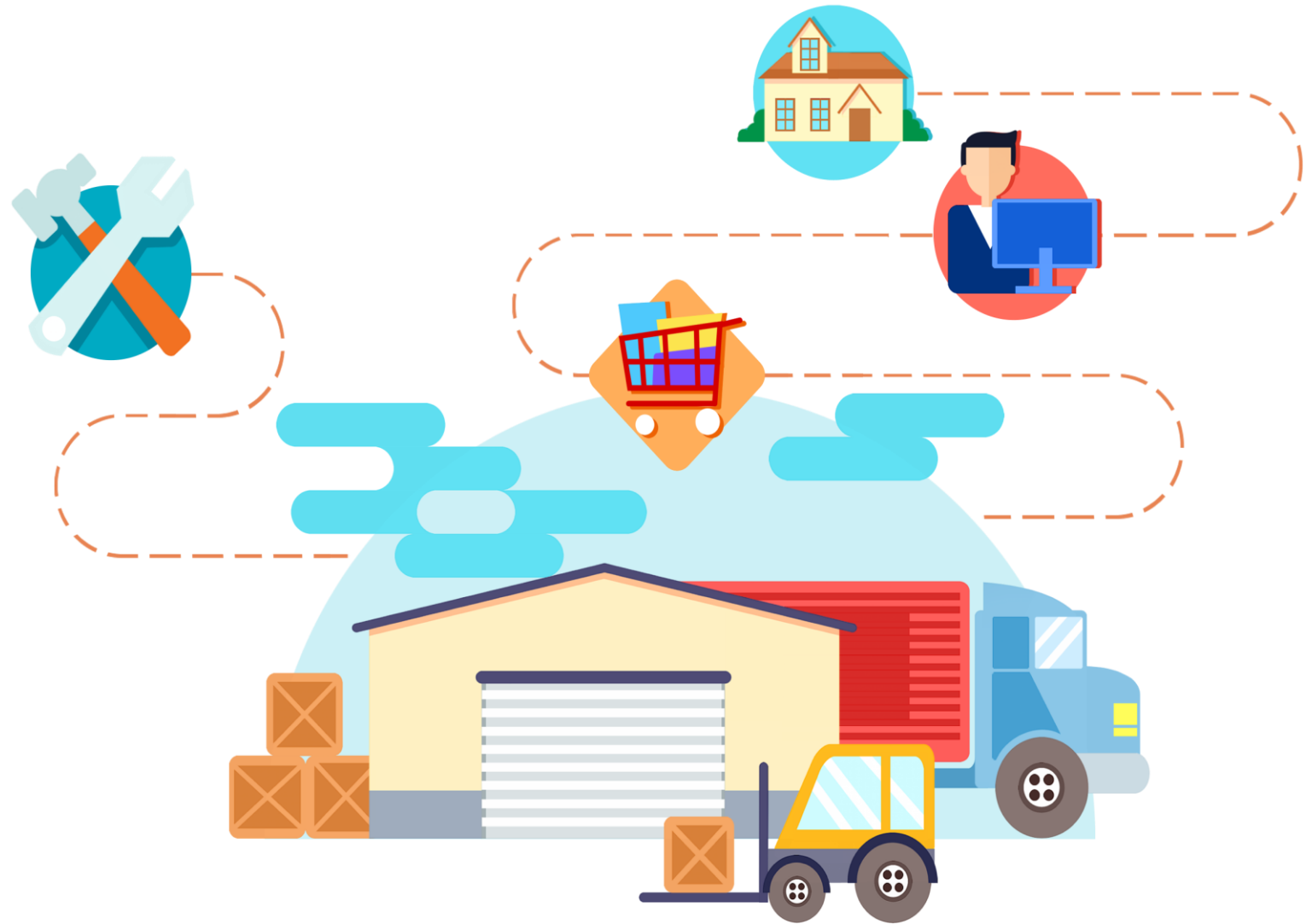


บทที่ 5: ระบบย่อย  
การจัดจำหน่าย  
การส่งออก และ  
กิจกรรมสนับสนุน



123211 : Introduction to Agri-Food Business Management

# Content

01

ช่องทางการจัดจำหน่าย

Distribution Channel

02

การส่งออก Export

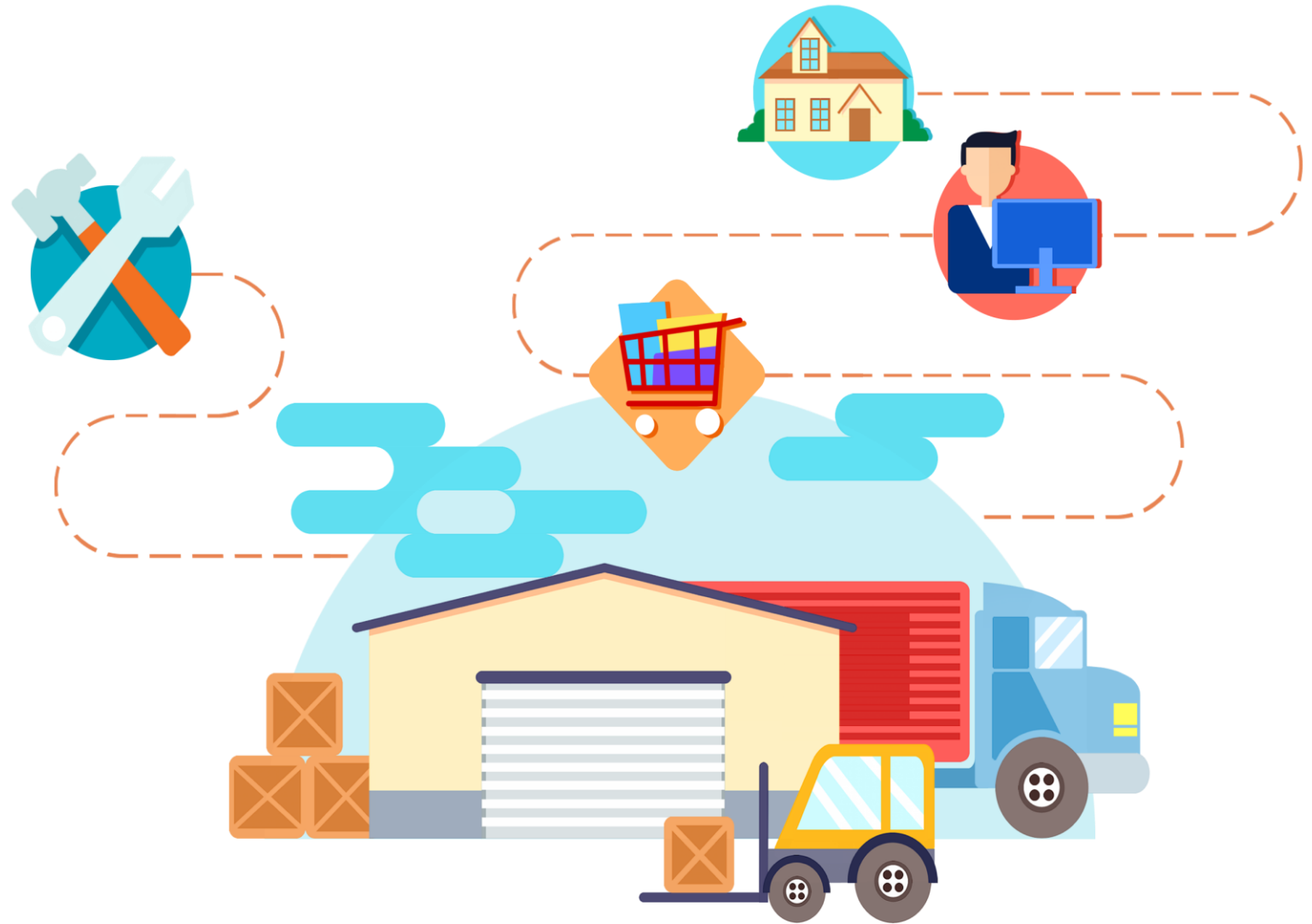
03

ระบบสนับสนุนธุรกิจ

การเกษตร

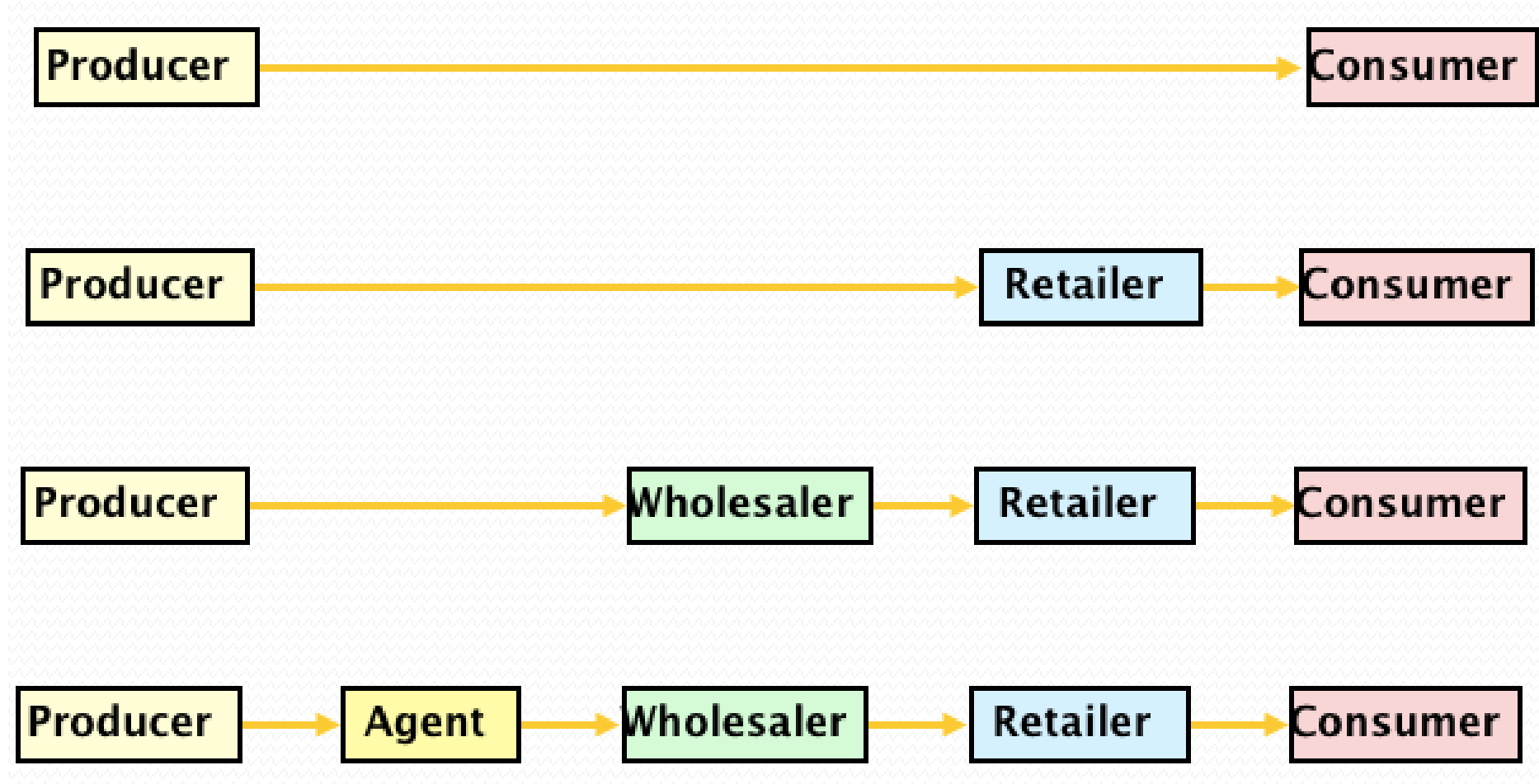
Supporting System

# บทที่ 5.1: ระบบย่อยการ จัดจำหน่าย

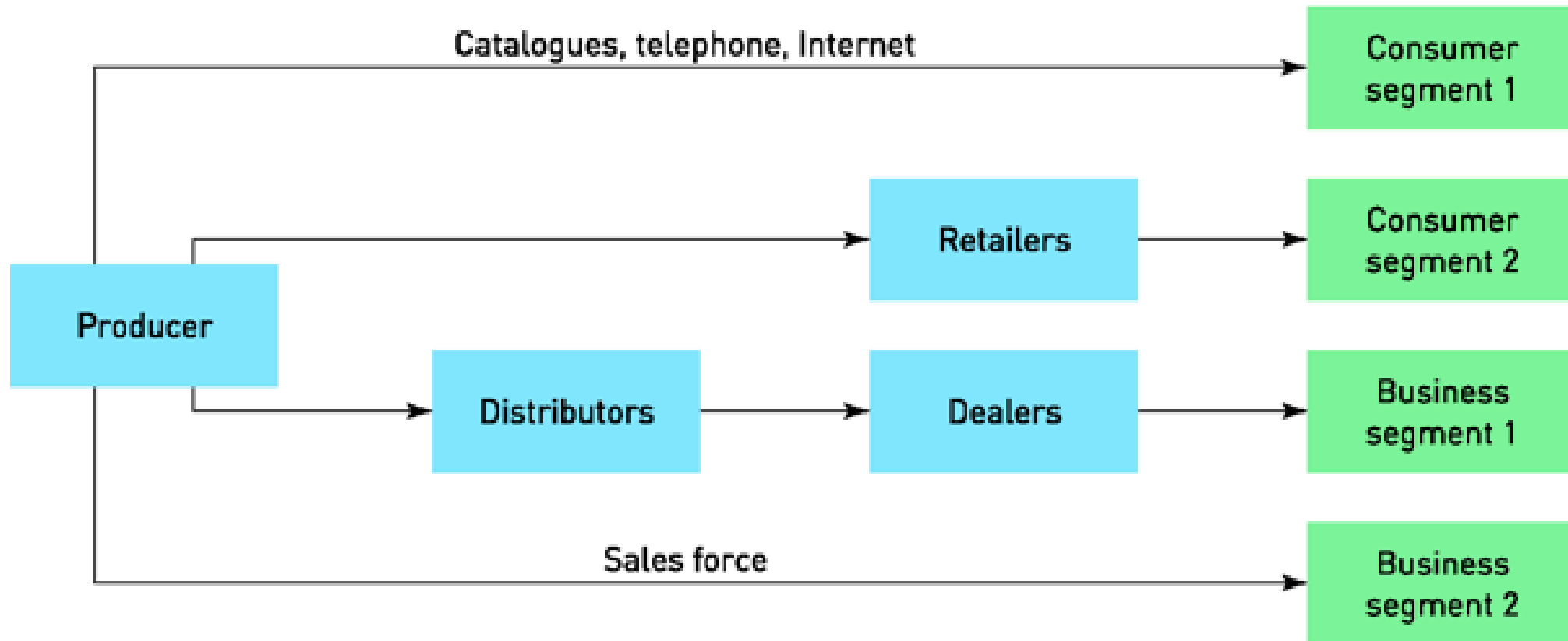


123211 : Introduction to Agri-Food Business Management

# Distribution channels for consumer goods



# Multichannel distribution system



คนกลางในระบบตัวแทนจำหน่าย

1. ตัวแทน (agent)

2. พ่อค้า (Merchant)

2.1 ผู้ค้าส่ง (Wholesaler)

2.2 ผู้ค้าปลีก (Retailer)

# คนกลางในระบบย่อยการจัดจำหน่าย

- 1) ตัวแทน (agent) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่แทนผู้อื่น จะได้ค่าตอบแทนตามที่ตกลงกันไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้ามีรายได้จากค่าธรรมเนียม (fee) และ ค่านายหน้า (commissions) ตัวแทนแบ่งได้หลายแบบ เช่น
- ผู้แทนการขาย (commission men)
  - นายหน้า (brokers) หรือเรียกว่า หยง
  - ตัวแทนจำหน่าย (Distributor)



**ต่อกรพิชัย**  
ได้ใจ ได้งาน ได้เงิน

**รับสมัครตัวแทนจำหน่าย**  
สินค้าเกษตรนวัตกรรม

ทุกเขตพื้นที่ทั่วประเทศ

ตัวแทนรายใหญ่ ระดับจังหวัด  
ตัวแทนรายย่อย ระดับอำเภอ

มีการอบรม  
ออนไลน์

เบอร์โทรศัพท์ 065-9839466 LINE@ : @pui\_torsap

# การจัดจำหน่าย Distribution Channel

การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรโดยส่วนมาก จะมีคนกลางทำหน้าที่เป็นผู้ดูแล  
ได้แก่

1. ตัวแทน (agent)

2. พ่อค้า (Merchant)

2.1 ผู้ค้าส่ง (Wholesaler)

2.2 ผู้ค้าปลีก (Retailer)



# คนกลางในระบบย่อยการจัดจำหน่าย

2) พ่อค้า (Merchant) มีสิทธิในการเป็นเจ้าของสินค้าและทำการซื้อขายโดยได้ผลกำไรเป็นของตนเอง แบ่งเป็น

(2.1) ผู้ค้าส่ง (Wholesaler) ซื้อสินค้าจากผู้รวบรวมหรือโรงงานแปรรูป แล้วขายสินค้าส่วนใหญ่ให้กับผู้ค้าปลีก แยกได้ตามลักษณะของสินค้าที่ทำธุรกิจ เช่น สินค้าขั้นปฐม (Commodity) ได้แก่ ธัญพืชต่างๆ ส่วนใหญ่อยู่ในตลาดปลายทาง สินค้าบางส่วนและบางชนิดซื้อจากผู้รวบรวมหรือผู้ค้าส่งจากต่างจังหวัดโดยตรง แต่บางส่วนต้องซื้อผ่านตัวแทน(หยง) มีการคัดคุณภาพตามวิธีการที่ปฏิบัติสืบทอดกันมา มีสินค้าคงคลังอยู่ตลอดเวลาและหมุนเวียนสินค้าค่อนข้างเร็ว

- ผู้ค้าส่งสินค้าสด
- ผู้ค้าส่งสินค้าเกษตรกิ่งสำเร็จรูปหรือสำเร็จรูป





ร่วมใจสู้ภัย COVID-19  
ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการป้องกัน  
กระจายเชื้อไวรัส COVID-19  
ระยะห่างอย่างน้อย 1 เมตร  
สวมหน้ากากตลอดเวลาที่อยู่ในสาขา

ขอให้ท่านรักษาระยะห่าง

**makro**

Pharmacy • 900

สินค้า  
จาก  
ต่างประเทศ

120 119 117 115 113 116

1111 1114

212

9 9

10 1

C-vitt

Sm

6

6

# ประเภทของการค้าส่ง

จำแนกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ตามลักษณะการให้บริการ คือ

1. **การค้าส่งแบบให้บริการเต็มที่ (Full Function Wholesalers)** ซึ่งแยกพิจารณาตามชนิดของสินค้าและอาณาเขตของการปฏิบัติหน้าที่ ดังนี้คือ

1.1 จำแนกตามชนิดของสินค้า ได้แก่

- ก. ผู้ส่งสินค้าทั่วไป (General Wholesaler)
- ข. ผู้ค้าส่งเฉพาะประเภทสินค้าใดสินค้าหนึ่งอย่างสมบูรณ์ (General Line Wholesaler)
- ค. ผู้ค้าส่งเฉพาะอย่าง (Specialty Wholesaler)

1.2 จำแนกตามอาณาเขตของการปฏิบัติหน้าที่ ได้แก่

- ก. พ่อค้าขายส่งระดับท้องถิ่น
- ข. พ่อค้าขายส่งระดับประเทศหรือในตลาดปลายทาง

ก. ผู้ส่งสินค้าทั่วไป (General Wholesaler)



ข. ผู้ค้าส่งเฉพาะประเภทสินค้าใดสินค้าหนึ่งอย่างสมบูรณ์ (General Line Wholesaler)



ค. ผู้ค้าส่งเฉพาะอย่าง (Specialty Wholesaler)



# ประเภทของการค้าส่ง

## 2. การค้าส่งแบบจำกัดการบริการ (Limited function wholesalers)

### 2.1) พ่อค้าขายส่งแบบขายสด-ตนเอง (Cash and carry wholesalers)

พ่อค้าขายส่งแบบขายสด-ตนเอง (Cash and carry wholesalers) พ่อค้าขายส่งแบบนี้ไม่มีการให้บริการส่งของแก่ลูกค้า ไม่มีการให้เครดิต มักขายสินค้าน้อยชนิด ลูกค้าของพ่อค้าขายส่งแบบนี้ส่วนมากเป็นร้านค้าปลีกเล็กๆ ซึ่งเล็กเกินกว่าที่พ่อค้าขายส่งแบบให้บริการสมบูรณ์จะให้บริการได้

### 2.2) พ่อค้าขายส่งแบบใช้รถบรรทุกเร่ขาย (Truck distributor)

พ่อค้าขายส่งประเภทนี้จะบรรทุกสินค้าไปยังจุดของพ่อค้าปลีกและให้พ่อค้าปลีกคัดเลือกสินค้าที่รถ เมื่อมอบสินค้าและชำระเงินแล้ว พ่อค้าขายส่งก็จะขับรถไปจำหน่ายยังแหล่งต่อไป



# คนกลางในระบบย่อยการจัดจำหน่าย

(2.2) **ผู้ค้าปลีก (Retailer)** คือผู้ที่ซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่ง ตัวแทนจำหน่าย หรือ จากเกษตรกรโดยตรง แล้วขายสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยปริมาณการซื้อและการขายไม่สูง

- ผู้ค้าปลีกรายย่อยในตลาดสดและบนบาทวิถี
- ร้านขายของชำ (grocery)
- ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket)
- ร้านสะดวกซื้อ (Convenience store)
- ห้างสรรพสินค้า (Department store)
- ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ (Discount store)



A greengrocer in Milan



A greengrocer in Scotland



A grocery store in Hong Kong

OPEN  
**24**  
HOURS

**FOODLAND**  
Supermarket Co.,Ltd.

OPEN  
**24**  
HOURS

**FOODLAND**  
Supermarket Co.,Ltd.

ร้านอาหาร  
ถูกและดี  
Took Lae Dee Restaurants

ร้านอาหารถูกและดี เปิดบริการ 24 ชั่วโมง



**FOODLAND**

ราคาเริ่มต้น  
**12,000** บาท

086-367-022

เราไม่มีเวลาปิด  
ตบถ

WE NEVER CLOSE  
366

SPECIAL OFFER

THINK OF FOOD  
THINK OF FOODLAND



FamilyMart

SEVEN-ELEVEN

170円

FamilyMart

ザラザラ茶屋

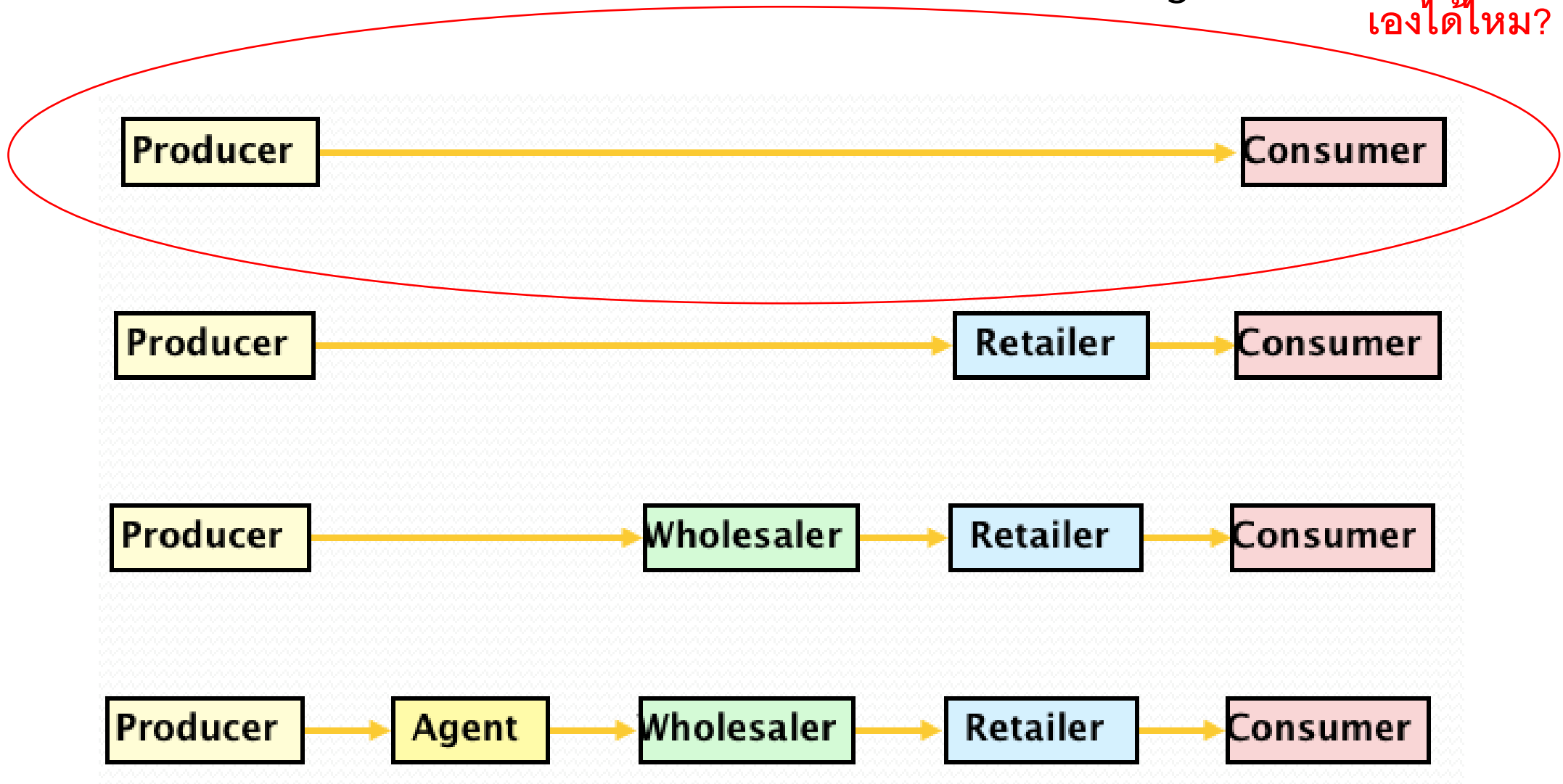
# Lemon Farm

organic and natural foods



# Distribution channels for consumer goods

เกษตรกรจัดจำหน่าย  
เองได้ไหม?



# การจัดจำหน่าย Distribution Channel

การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรโดยส่วนมาก จะมีคนกลางทำหน้าที่เป็นผู้ดูแล  
ได้แก่

1. ตัวแทน (agent)

2. พ่อค้า (Merchant)

2.1 ผู้ค้าส่ง (Wholesaler)

2.2 ผู้ค้าปลีก (Retailer)

เกษตรกรจัดจำหน่ายให้  
ผู้บริโภคเองโดยไม่ผ่านคนกลาง  
ได้ไหม?

# Online Distribution Channel



**ตลาดเกษตรกร**  
**GoFarmer.com**  
เพียงคุณสั่ง เราพร้อมส่ง  
เกษตรกรจริงจัง ทุกสิ่งปลอดภัย



# Agri-Startup Focus on This Online Platform

**FARM·TO**  
sharing space for sustainable happiness

## ฟาร์มโตะ ตลาดเกษตร ยุคใหม่

โหลดเลย!

แอปเดียวที่ให้คุณซื้อขายผลผลิต  
และร่วมเป็นเจ้าของฟาร์มออนไลน์กับเกษตรกร

**FARM·TO X ชุมชน** ดูทั้งหมด >  
ผลิตภัณฑ์ปังจากความร่วมมือของฟาร์มโตะและชุมชนทั่วประเทศ

<b>ส้มสายน้ำผึ้ง</b> Siam Lemong 40 ปี 549	<b>ฟาร์มโตะ</b> เครื่องต้นเมล็ดสายชนิด ผสมเนื้อคืด	<b>ฟาร์มโตะ</b> ขนมปอนด์หวานนุ่มชุ่มช่อ กรอบ 6 ห่อ 165g (5...
฿549 / กิโลกรัม	฿400 / ชุด	฿349 / ชุด

# Agri-Startup Focus on This Online Platform



# In-Class Activities

- สีนค้าเกษตรกรกลุ่มของท่าน มีตัวแทน, ผู้ค้าส่ง, ผู้ค้าปลีก อย่างไรบ้าง?
- มีการค้าบน **offline / online** ช่องทางไหนบ้าง



# บทที่ 5.2 ระบบย่อยการ ส่งออกสินค้าเกษตร (Agricultural export sub-system)

# การส่งออกสินค้าเกษตรเป็นการค้าระหว่างประเทศ

การค้า (Trade) หมายถึง ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ อาจเป็นความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างบุคคล ระหว่างตลาดสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งหรือระหว่างประเทศ (Houck and Pollack, 1978)

การค้าระหว่างประเทศ (International Trade) เป็นการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศเกิดขึ้นเพราะว่าประเทศนั้นสามารถซื้อสินค้าจากต่างประเทศได้ถูกกว่าที่จะผลิตขึ้นเองในประเทศ ผลของการค้าทำให้ระดับการครองชีพของคนในประเทศเพิ่มขึ้น (Cramer and Jensen, 1991)

ทำไมต้องมีการค้าระหว่างประเทศ???

# ความสำคัญของภาคการส่งออก



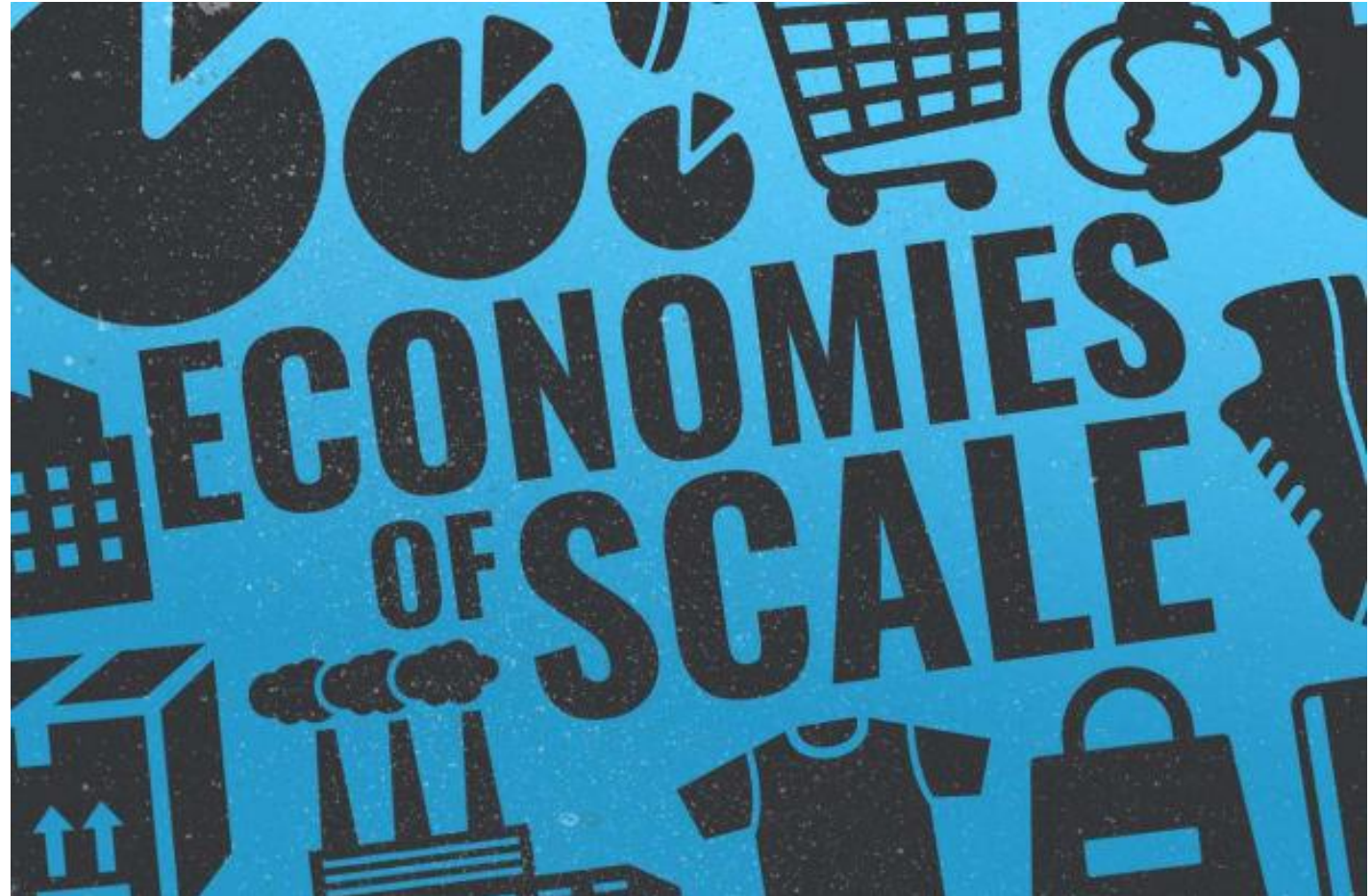
# ความสำคัญของภาคการส่งออก

**10 สินค้า**  
ส่งออกดาวรุ่งไทย  
ปี 2565

ความท้าทายใหม่ท่ามกลางวิกฤติอาหารโลก

- พืชภัณฑ์มันสำปะหลัง
- ผลไม้กระป๋องและแปรรูป
- อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป
- เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ
- สินค้าข้าว
- ไขมันและน้ำมัน
- น้ำตาล
- ซอสและสิ่งปรุงรสและซูปอาหารปรุงแต่ง
- ไก่แปรรูป
- อาหารอนาคต

สรา INFO GRAPHIC





# ความสำคัญและโครงสร้างของการค้าสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ

- เศรษฐกิจไทย (เศรษฐกิจเปิด) พึ่งพาเศรษฐกิจโลกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (สัดส่วนของการส่งออกนำเข้าต่อรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง)
- โครงสร้างการค้าระหว่างประเทศของไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมจากการลงทุนของบริษัทข้ามชาติเพิ่มความสำคัญมากขึ้น)
- การส่งออกสินค้าเกษตร และสินค้าเกษตรแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 14.45 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด (พ.ศ. 2562)
- สินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญของไทย คือ ยางพารา (ส่งยางแผ่นรมควัน น้ำยางให้จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่นเป็นหลัก) ข้าว (ไนจีเรีย อิรัก สหรัฐอเมริกา) มันสำปะหลัง (ส่งมันอัดเม็ดและแป้งมันให้ จีน อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น) ไก่แปรรูป (ญี่ปุ่น อังกฤษ เนเธอร์แลนด์) กุ้งแช่แข็ง (สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น แคนาดา)
- ประเทศไทยนำเข้าวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญคือ น้ำมันดิบ รองลงมาคือ เครื่องจักรกล เครื่องจักรไฟฟ้า เพชรพลอย เหล็กกล้า และเคมีภัณฑ์
- สินค้าเกษตรนำเข้าที่สำคัญของไทย คือ ปลา (ไต้หวัน) ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ ผลิตภัณฑ์พืชอาหาร (ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ข้าวสาลี) ผลิตภัณฑ์พืชน้ำมัน (ถั่วเหลือง ถั่วลิสง งาม)

# การปกป้องทางการค้าและเหตุผล

จุดประสงค์หลักของการปิดกั้นทางการค้าก็เพื่อลดปริมาณการนำเข้า วิธีหรือรูปแบบการปกป้องทางการค้าที่ใช้กันทั่วโลกมีอยู่ 2 ประเภทคือ

1. ภาษี (tariffs) หรือเรียกว่าภาษีนำเข้าหรือศุลกากร (import tax or duty) กำแพงภาษี 2 แบบที่นำมาใช้คือ ภาษีตามมูลค่าที่นำเข้า (ad valour duty) และภาษีต่อหน่วยที่คงที่ (specific duty)



# การปกป้องทางการค้าและเหตุผล

จุดประสงค์หลักของการปิดกั้นทางการค้าก็เพื่อลดปริมาณการนำเข้า วิธีหรือรูปแบบการปกป้องทางการค้าที่ใช้กันทั่วโลกมีอยู่ 2 ประเภทคือ

2. วิธีการอื่นๆที่ไม่ใช่ภาษีได้แก่

- การจำกัดการนำเข้า (Import quotas)
- การใช้กฎเกณฑ์หลายอย่างร่วมกัน (Mixing regulation)
- การกำหนดวิธีการหีบห่อและระบุรายละเอียดบนฉลาก (Complex packing and labelling requirement)
- กฎเกณฑ์อนามัยและสาธารณสุข (Health and sanitary regulation) เป็นต้น

# สาเหตุของการกีดกันทางการค้า

1. ความแตกต่างของปัจจัยการผลิตและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันของแต่ละประเทศส่งผลให้ราคาสินค้าของแต่ละประเทศแตกต่างกัน
2. การเลือกปฏิบัติที่เป็นลักษณะของข้อจำกัดทางการค้าของแต่ละประเทศที่เกิดจาก นโยบายการค้าและการเงินของแต่ละประเทศแตกต่างกัน
  - อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่แตกต่างกัน
  - การเก็บภาษีนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (Tariff) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff)
3. ระบบการเงินการธนาคารที่แตกต่างกัน (ผลต่อการชำระเงินระหว่างประเทศ)
4. พิธีการศุลกากรที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศ
5. นโยบายของผู้นำทางการเมืองของแต่ละประเทศ

# ปัญหาการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่างๆ

1. ด้านมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช
2. ด้านมาตรฐานสินค้า WTO ได้กำหนดให้มีความตกลงว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) ครอบคลุมการใช้มาตรการทางด้านเทคนิคและการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าทุกชนิด
3. ด้านแรงงาน ในเรื่องแรงงานเด็กและแรงงานนอกระบบ
4. Animal welfare, GMOs (Genetically Modified Organisms)
5. ด้านสิ่งแวดล้อม กลายเป็นเครื่องมือในการกีดกันทางการค้าด้วยเหตุผลคือ ความแตกต่างของกฎเกณฑ์การรักษาสภาพแวดล้อม ก่อให้เกิดความแตกต่างในด้านต้นทุนการผลิต ในที่สุดจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับประเทศที่ไม่ค่อยมีข้อจำกัดในการรักษาสภาพแวดล้อม และการค้าที่เกิดขึ้นทำให้สภาพแวดล้อมในภูมิภาคที่มีการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้นอยู่ในสภาพเปลี่ยนแปลงไป

# การเตรียมพร้อมในการประกอบธุรกิจการส่งออก

การประกอบธุรกิจส่งออก มีสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเบื้องต้น 6 ประการ ได้แก่

1. ความพร้อมของผู้ส่งออก
2. การเลือกสินค้าและการผลิต
3. การเลือกตลาด
4. การทำสัญญา
5. การชำระเงิน
6. พิธีการส่งออก

# 1. ความพร้อมของผู้ส่งออก

ผู้ส่งออกจะต้องมีความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้านเงินทุน

1.2 ด้านสถานที่ดำเนินการ

1.3 ด้านบุคลากร

1.4 การสร้างความเชื่อถือ และทำความรู้จักลูกค้า

1.5 ประเมินกำลังผลิตและความสามารถในการส่งออก

# 1. ความพร้อมของผู้ส่งออก

- 1) การจดทะเบียนพาณิชย์เป็นนิติบุคคล ที่กรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์
- 2) การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มที่กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง
- 3) การจดทะเบียนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้า ซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าที่จำหน่าย ในที่นี้จะยกตัวอย่างบางรายการสินค้า เช่น
  - 3.1) ในกรณีที่ส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง ต้องจดทะเบียนสวนผลไม้เพื่อการส่งออกที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
  - 3.2) ในกรณีที่ส่งออกสินค้าประมง ต้องขออนุญาตและจดทะเบียนเป็นผู้มีอาชีพในการประมง การค้าสินค้าสัตว์น้ำจากกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
  - 3.3) ในกรณีที่ส่งออกดอกกล้วยไม้ ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

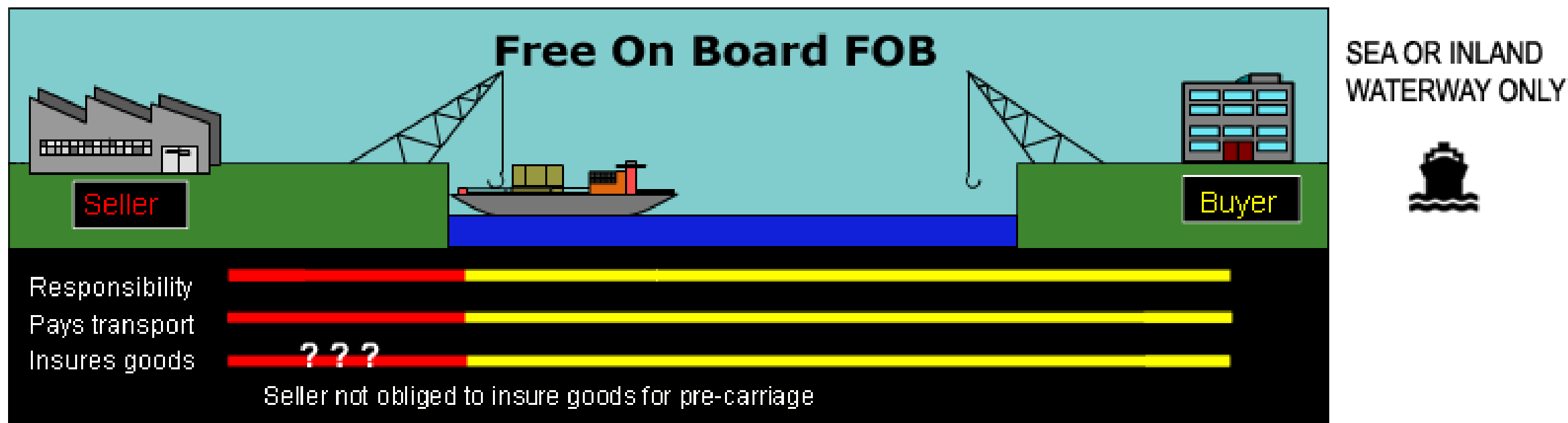


## 2. การเลือกสินค้าและการผลิต

- 2.1 ผู้ส่งออกมีความสนใจสินค้าชนิดใดเป็นพิเศษหรือไม่
- 2.2 สินค้านั้นสามารถผลิตเองได้ หรือต้องซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น หรือเป็นการจ้างผลิต
- 2.3 ผู้ส่งออกต้องรู้สภาพปัญหาการผลิต การจัดจำหน่าย และการ
- 2.4 ผู้ส่งออกควรเข้าใจในหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาเพื่อการส่งออก
- 2.5 ผู้ส่งออกควรมีมาตรการในการควบคุมคุณภาพสินค้า
- 2.6 ผู้ส่งออกต้องมีความพร้อมในการออกแบบสินค้า หรือปรับปรุงสินค้าให้เหมาะสมกับผู้ซื้อ

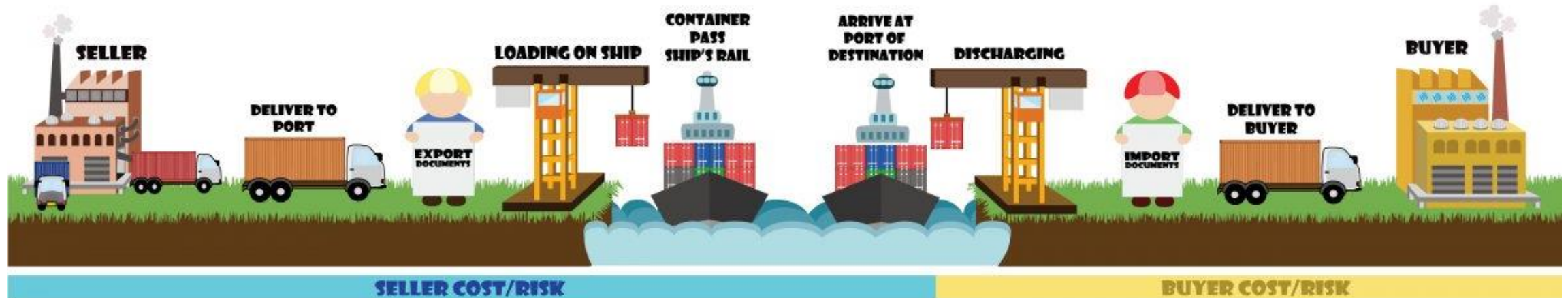
## 2. การเลือกสินค้าและการผลิต

- Free On Board (FOB)



## 2. การเลือกสินค้าและการผลิต

- CFR หรือ CNF (Cost and Freight)



## 2. การเลือกสินค้าและการผลิต

- CIF (Cost, Insurance and Freight)

### CIF - INCOTERMS® 2020



<https://internationalcommercialterms.guru>

CIF

COST INSURANCE AND FREIGHT !

PORT OF DESTINATION

SELLER COST

BUYER COST

! TRANSFER OF RISK

# 3. การเลือกตลาด

การเลือกตลาดสามารถทำได้ 2 วิธีคือ

## 3.1 การวิจัยจากข้อมูลทุติยภูมิ (Desk Research)

### How to do a desk research

- 1. Identify or select the topic you need to research.
- 2. Identify the sources of information with the most relevant data.
- 3. Check if previous data related to the topic is available.
- 4. Combine and compare the collected data in an accessible format.
- 5. Analyze the data and identify if all the questions have been answered.
- 6. If there are remaining questions, repeat the process and dig deeper.

### 3. การเลือกตลาด

#### 3.2 การวิจัยโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Field Research)



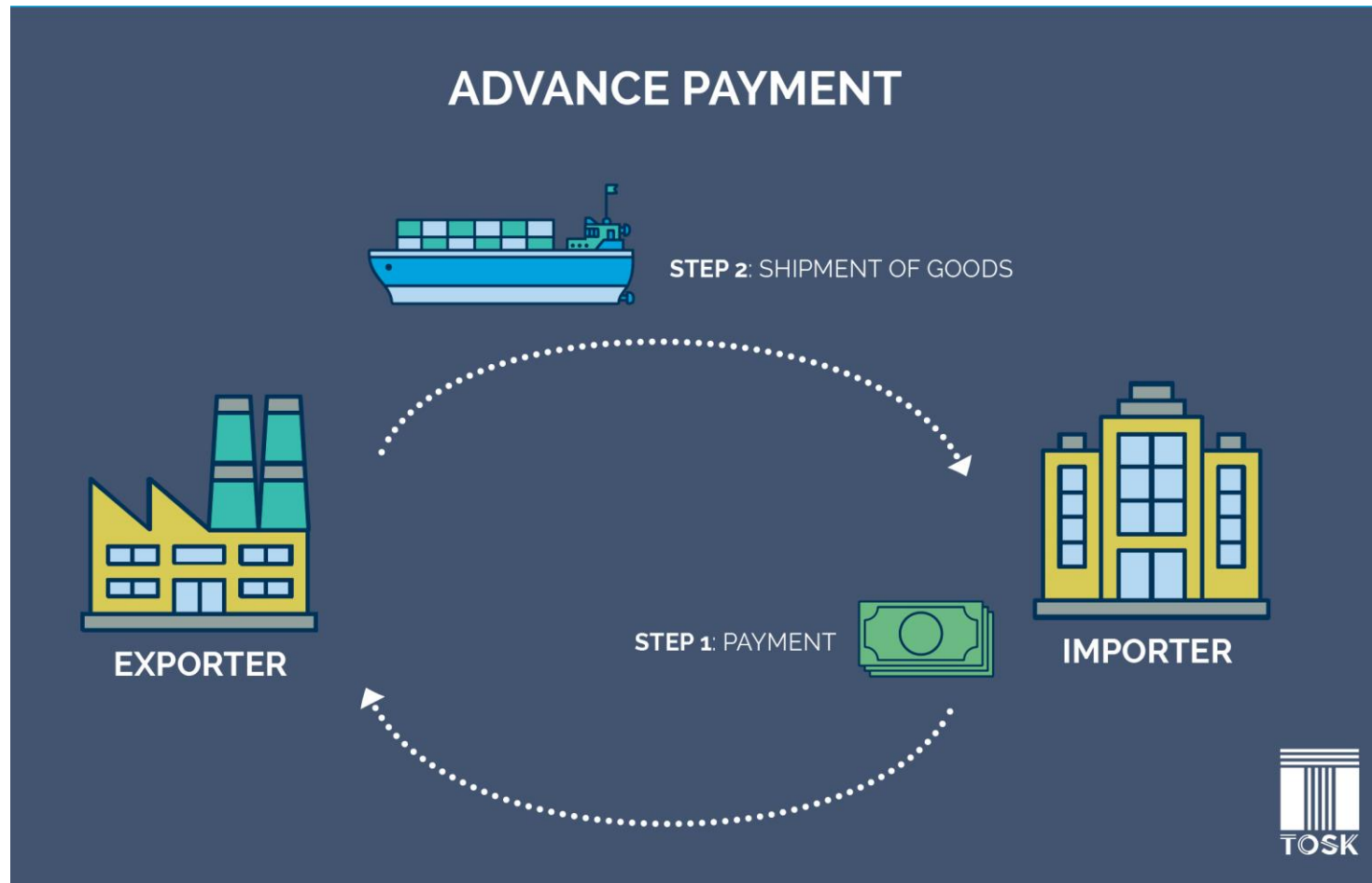
## 4. การทำสัญญาซื้อขาย (Sale Contract)

เมื่อมีการเสนอราคาและตกลงกันเรียบร้อยแล้ว ก็จะถึงขั้นตอนการนำสัญญาซื้อขาย โดยผู้ซื้อและผู้ขาย หรือโดยตัวแทนของทั้ง 2 ฝ่าย ซึ่งโดยปกติจะมีขั้นตอนดังนี้

- Performa Invoice เป็นเอกสารที่ผู้ขายส่งให้ผู้ซื้อเพื่อเป็นการเสนอ หรือยืนยันการเสนอราคาและเงื่อนไขต่างๆ ในการขายสินค้านั้นๆ
- Purchase Order เมื่อผู้ซื้อตกลงตามราคา และเงื่อนไขใน Performa Invoice แล้วจะส่งหนังสือการสั่งซื้อ (Purchase Order) มาให้ผู้ขายเพื่อเป็นการตอบรับและสั่งซื้อสินค้าตามราคา และเงื่อนไขดังกล่าว
- Sale Confirmation เป็นสัญญาการซื้อขาย ซึ่งผู้ขายส่งให้แก่ผู้ซื้อเพื่อเป็นการยืนยัน หรือตอบรับการสั่งซื้อนั้นอีก (ซึ่งในทางปฏิบัติบางครั้งอาจจะไม่จำเป็นก็ได้)

## 5. การชำระเงิน (Term of Payment)

1. การชำระเงินด้วยเงินสด หรือ ชำระล่วงหน้า (Cash or Advance payment)





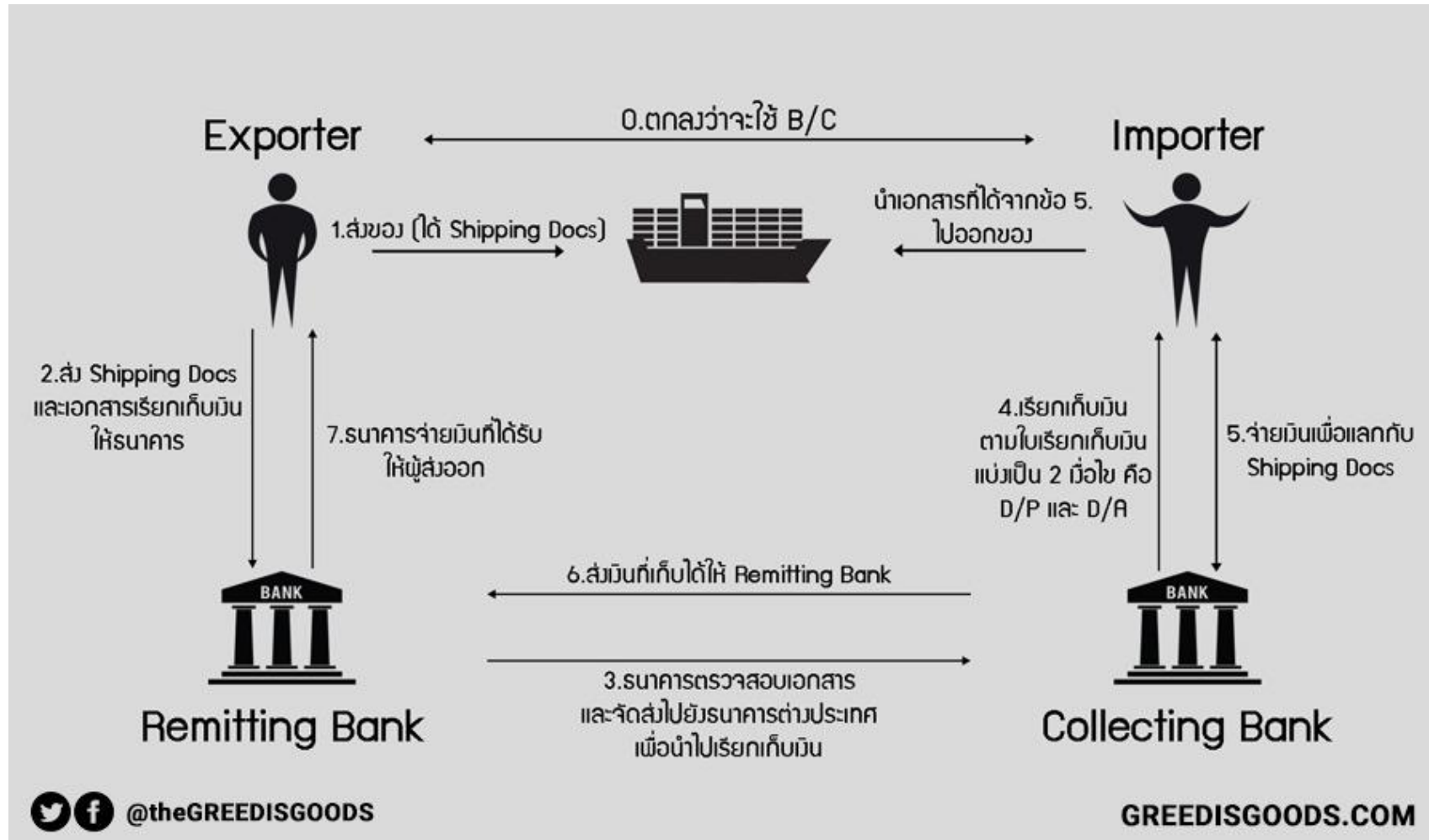
# 5. การชำระเงิน (Term of Payment)

## 2. การชำระโดยการเปิดบัญชีขายเชื่อ (Open Account)



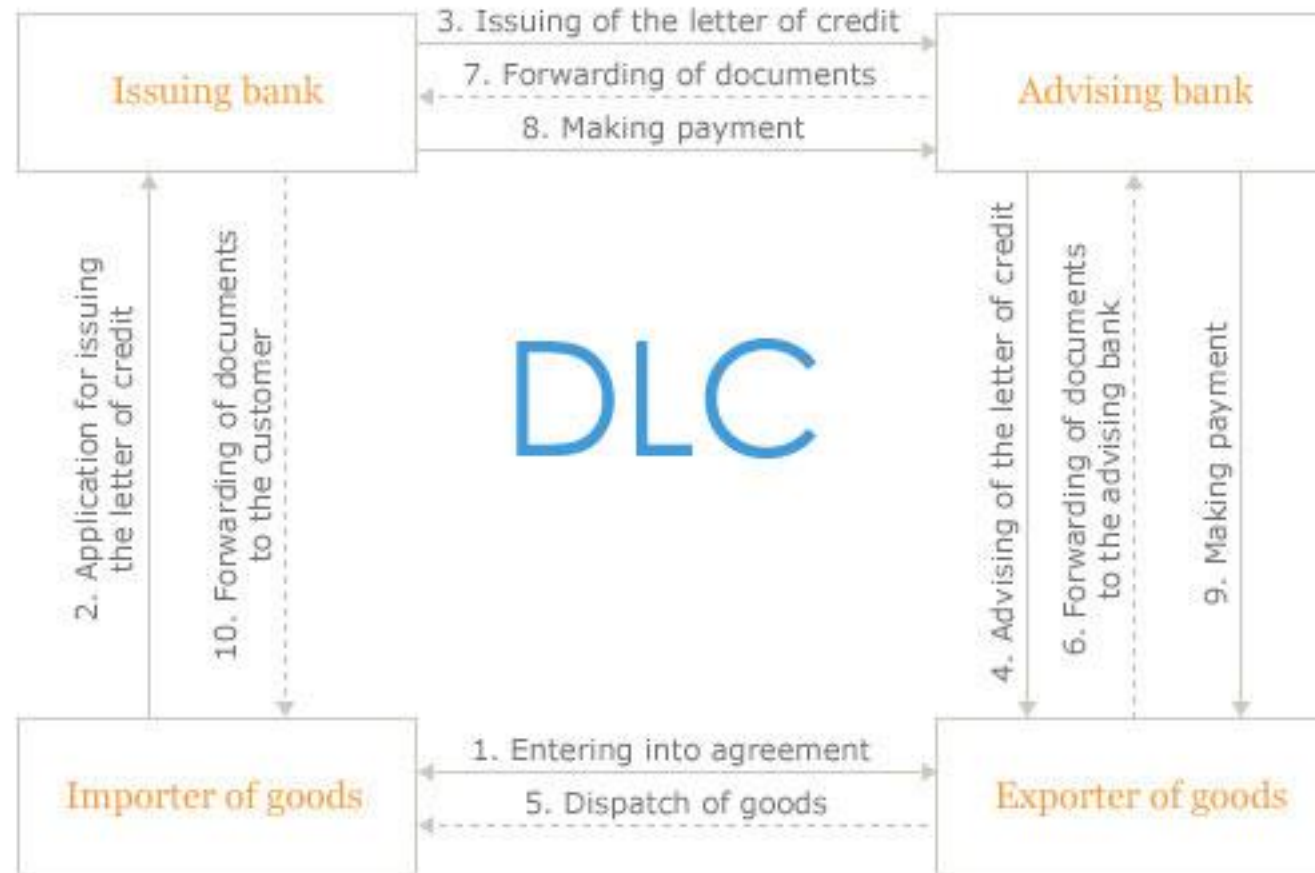
# 5. การชำระเงิน (Term of Payment)

## 3. การชำระเงินโดยการเรียกเก็บผ่านธนาคาร (Bills for collection)



# 5. การชำระเงิน (Term of Payment)

## 4. การชำระเงินโดยเลตเตอร์ออฟเครดิต (Documentary Letter of Credit)

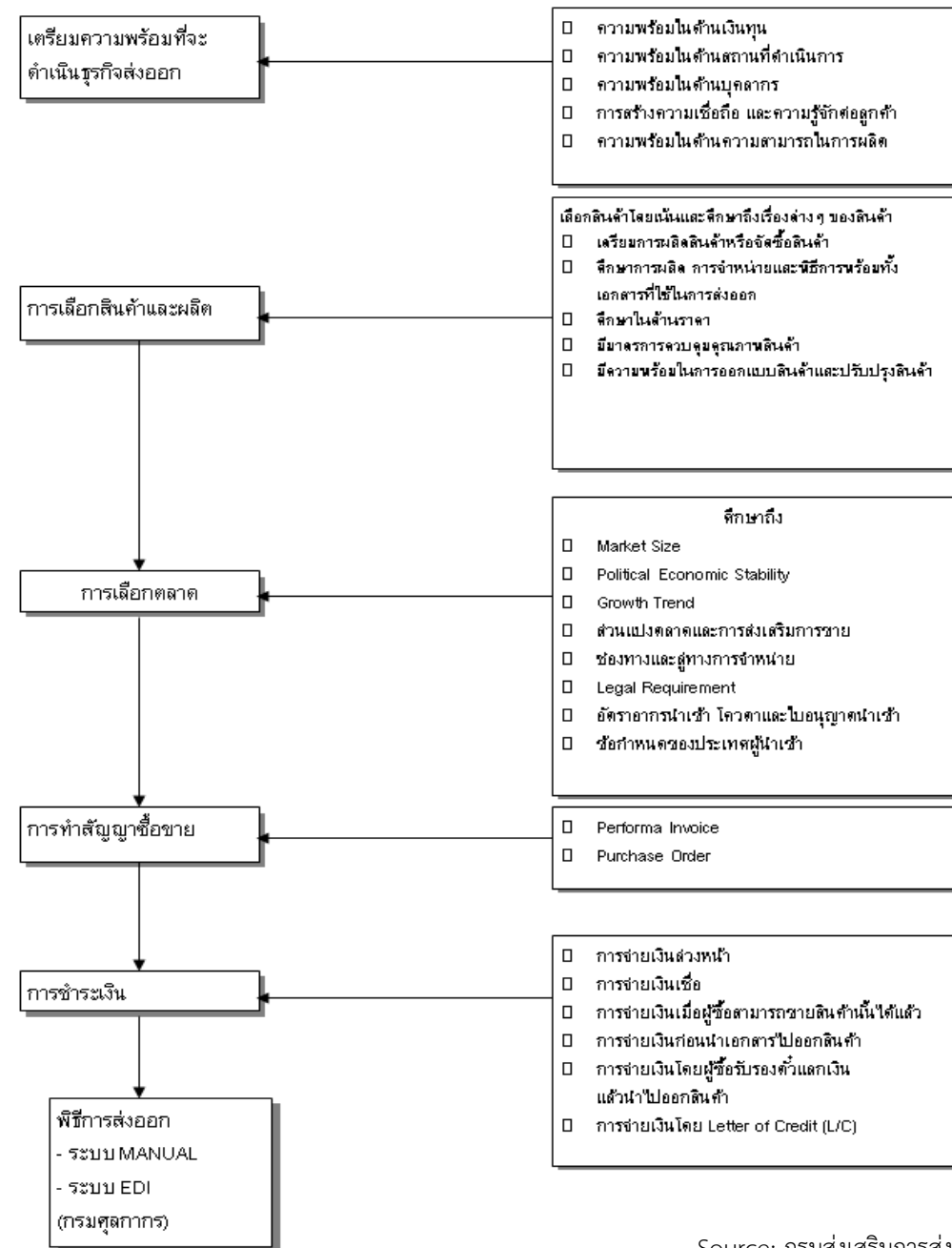


## 6. วิธีการส่งออก

เอกสารที่ใช้ในการส่งออกโดยทั่วไปประกอบด้วย

1. ใบขนสินค้าขาออก
2. บัญชีราคาสินค้า (Invoice)
3. ใบอนุญาต หรือหนังสือรับรอง
4. คำร้องต่าง ๆ (ถ้ามี)
5. ใบแนบใบขนสินค้าขาออก (กรณีเป็นสินค้าที่จะขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ)
6. ใบขนสินค้ามุลำน้ำเงิน (กรณีเป็นสินค้าที่ขอชดเชยอากรสินค้าส่งออก)

# สรุปขั้นตอนการดำเนินธุรกิจส่งออก



# การประกันการส่งออกโดย EXIM Bank



## EXIM Smart SMEs

EXIM Smart SMEs เป็นการให้บริการประกันการส่งออกสำหรับผู้ส่งออก SMEs ตามนิยาม

[เพิ่มเติม](#)



## บริการประกันส่งออก EXIM for Small Biz

เป็นบริการประกันการส่งออกที่ช่วยป้องกันความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระสินค้าให้แก่ผู้

[เพิ่มเติม](#)



## FAQ บริการประกันการส่งออกระยะสั้น

[เพิ่มเติม](#)

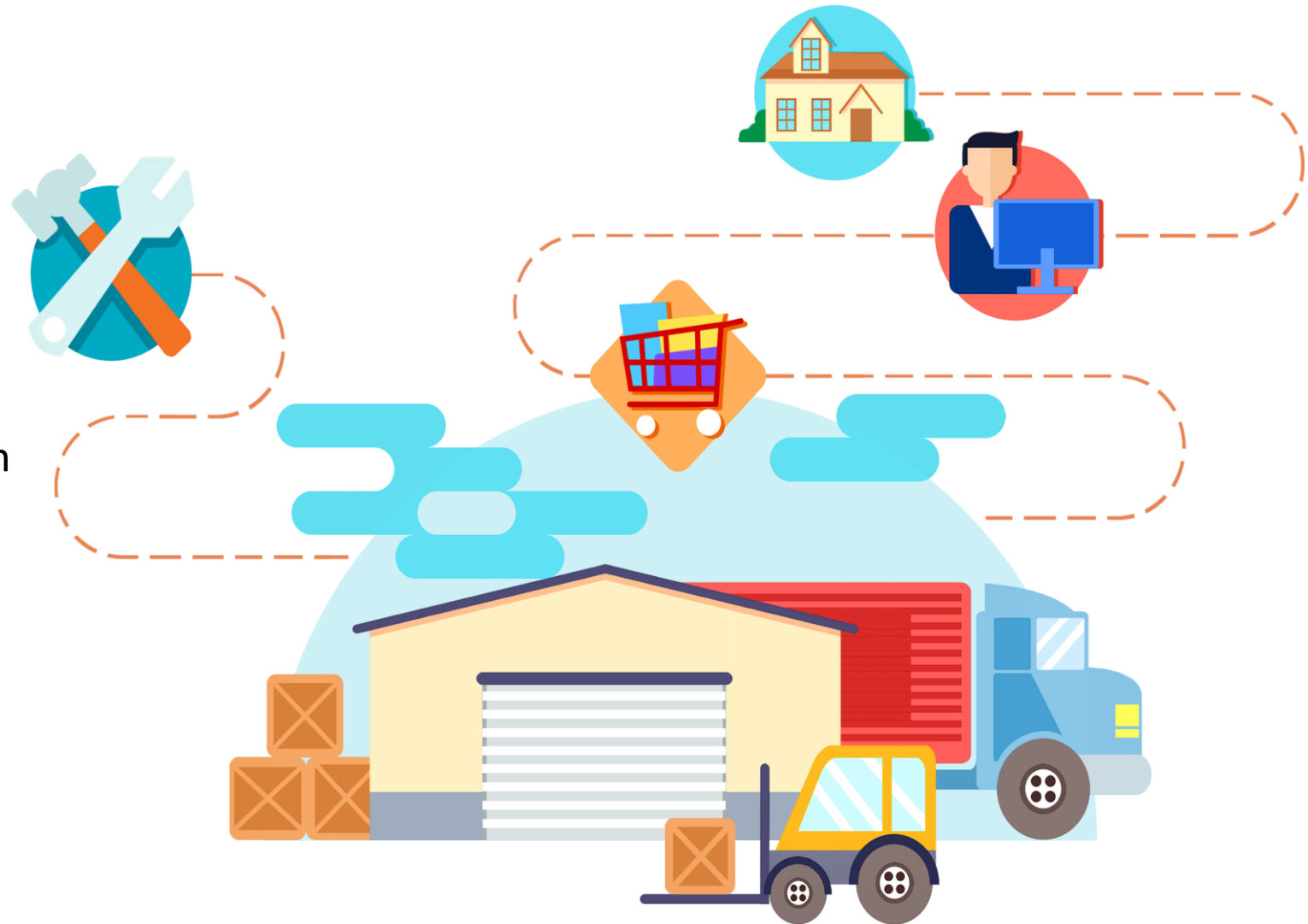
# In class Assignment

- สินค้าเกษตรของกลุ่มนิสิต มีการนำเข้า/ส่งออก อย่างไร จากไหนบ้าง
- นิสิตคิดว่าสินค้าเกษตรของกลุ่มนิสิตจะทำธุรกิจส่งออกไปยังประเทศไหนได้บ้าง เพราะอะไร

บทที่ 5.3:

## กิจกรรมสนับสนุน

Supporting Unit of Agribusiness System



123211 : Introduction to Agri-Food Business Management



# กิจกรรมสนับสนุนการดำเนินงานในธุรกิจการเกษตร

- กิจกรรมสนับสนุนการดำเนินงานในธุรกิจการเกษตร ซึ่งในการดำเนินธุรกิจการเกษตรของระบบย่อยต่าง ๆ ได้รับการสนับสนุนจากหลายด้าน ที่สำคัญมากที่สุด คือ เงินทุน สินเชื่อการเกษตรมีความสำคัญกับทุกระบบย่อยให้ได้มีการปฏิบัติการทางธุรกิจการเกษตรได้ นอกจากด้านการเงิน ยังมีการสนับสนุนในด้านอื่นๆ เช่น
  - นโยบาย
  - หน่วยงานของรัฐ
  - ฝ่ายวิจัยและพัฒนา
  - สถาบันการศึกษา
  - การขนส่ง
  - การติดต่อสื่อสาร
  - การประกันภัย
  - โปรแกรม
  - สารสนเทศ (Information)



# ภาพรวมธุรกิจเกษตร

Agri Input Business



Farm Production



Processing



Agri. Market & Distribution

Feed  
Seed  
Fertiliser  
Chemical  
Pesticide  
Herbicide  
Machinery

Dairy  
Livestock  
Poultry  
Alt. animal  
Crops  
Forestry  
Nursery  
Fruits & Vegetable  
Alt. Crops

Mill  
Food processing  
Beverage  
Textile  
Wood & Paper

Procurement

Broker  
Wholesaler  
Retailer  
Grocery  
Restaurant

Export



Government

Research

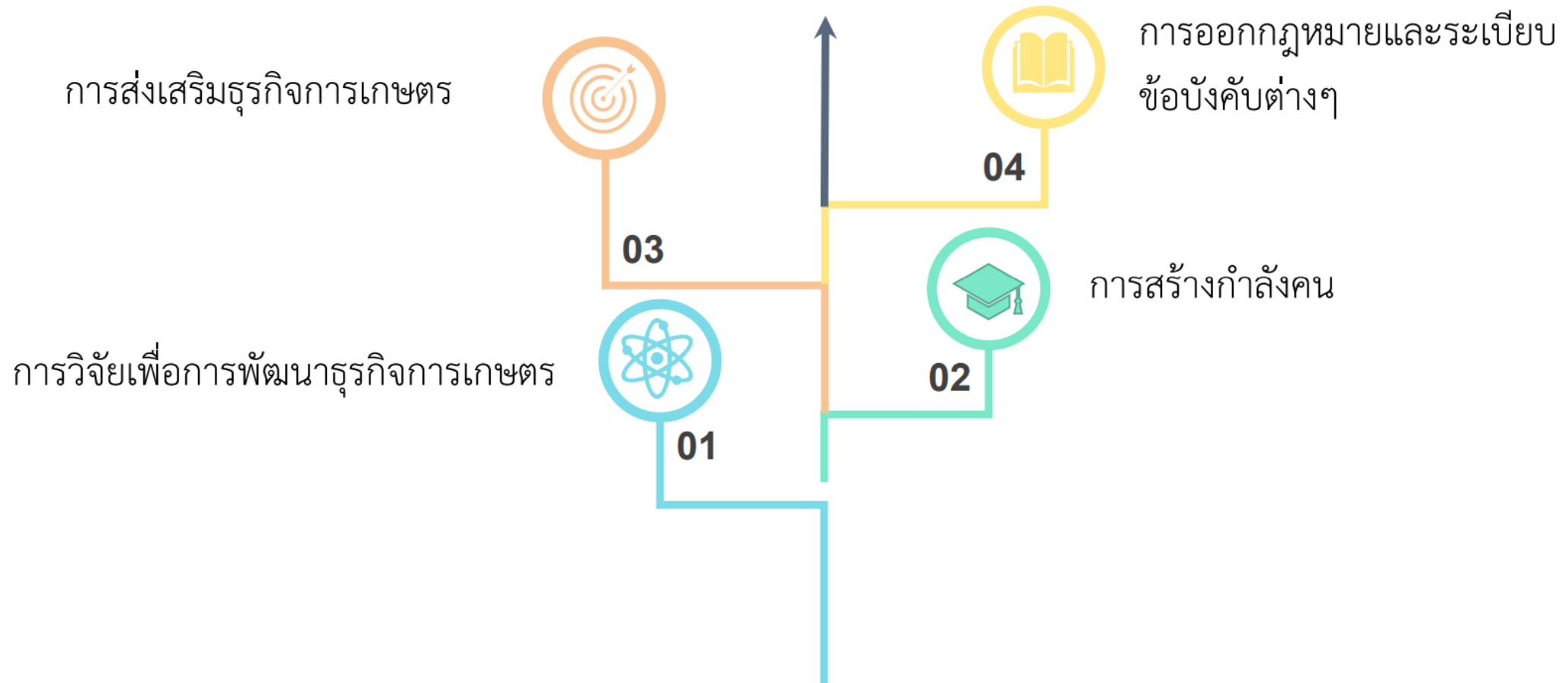
Education

Finance/banking

Insurance

Transportation

# บทบาทของสถาบันของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการเกษตร



# ตัวอย่างหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตร

## ทางตรง

- กรมวิชาการเกษตร
- กรมส่งเสริมการเกษตร
- กรมส่งเสริมสหกรณ์
- สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)
- กรมชลประทาน
- กรมประมง
- กรมปศุสัตว์
- กรมพัฒนาที่ดิน

## ทางอ้อม

- สำนักงานมาตรฐานสินค้า กระทรวงพาณิชย์
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย
- ธนาคารแห่งประเทศไทย
- สถาบันการศึกษา
- ฯลฯ

# Value Chain Elements

Support activities

โครงสร้างพื้นฐาน(Firm Infrastructure)

ระบบบัญชี การเงิน การวางแผน การลงทุน

การจัดการทรัพยากรมนุษย์(HRM)

การเลือกสรร การพัฒนาฝึกอบรม ระบบค่าตอบแทน

การพัฒนาเทคโนโลยี(Technology Development)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ การทดสอบ การออกแบบระบบ วิจัยวัสดุ วิจัยตลาด

การจัดซื้อ(Procurement)

การจัดซื้อ จัดหา วัตถุดิบ จักรกล การโฆษณา

Primary activities



**Inbound Logistic**

รับและจัด  
เก็บวัตถุดิบ  
การเก็บข้อมูล  
บริการ



**Operations**

การปรับสภาพ  
การแปรรูป  
การประกอบ  
ชิ้นส่วน



**Outbound Logistics**

ระบบสั่งซื้อ  
จัดการคลังสค.  
รายงาน  
บข.สคค



**Marketing Sales**

ทีมขาย  
กลยุทธ์4P  
เสนอโครงการ  
Web site



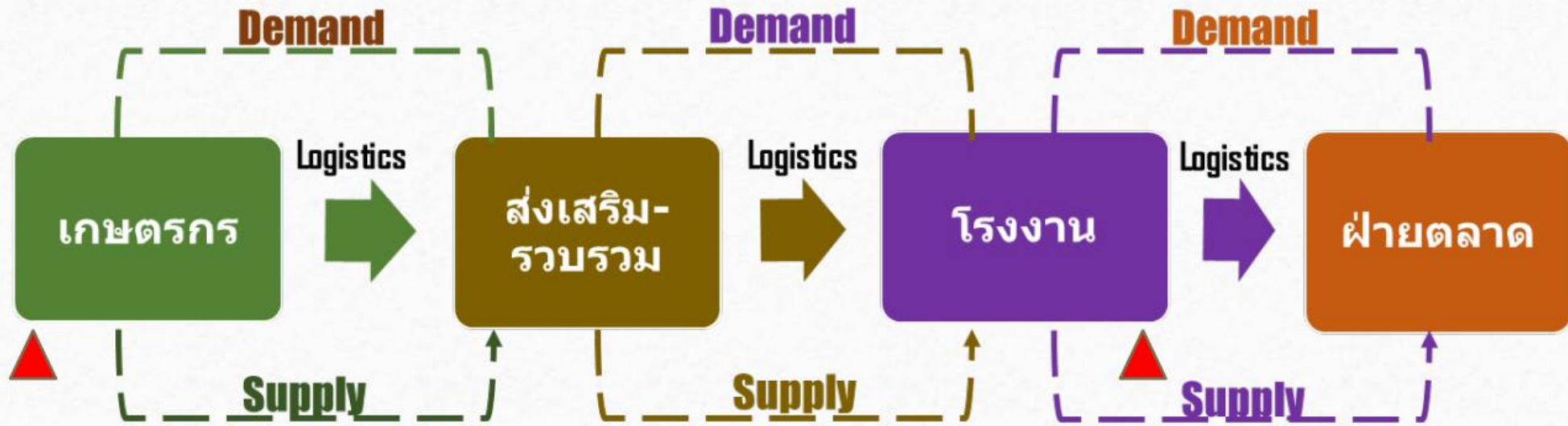
**Services**

การติดตั้ง  
ร่องเรียน  
แก้ปัญหา  
ซ่อมบำรุง

คุณค่า/  
กำไร

**Demand Chain**

**Financial Flow**



**Material/finish goods flow**

**Information flow**

**Supply Chain**

**Value Chain**

**Not Value Chain**

ห่วงโซ่คุณค่าในกระบวนการโซ่อุปทาน