

เอกสารสำหรับบรรยายงาน SMEs

เรื่อง “ การนำเข้า-ส่งออกสำหรับธุรกิจSMEsไทย ”

ความสำคัญของการส่งออก

ธุรกิจภาคการส่งออกของไทยในช่วงที่ผ่านมามีอัตราการขยายตัวที่สูงและรวดเร็วมาก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูง นับว่าเป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการเองและประเทศชาติ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยเราเป็นจำนวนมากในปีหนึ่ง ๆ และรายได้เหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมาใช้พัฒนาและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจการส่งออกของไทยประสบความสำเร็จ และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้ จึงจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ขั้นตอนและกระบวนการปฏิบัติต่าง ๆ ในการส่งออกสินค้าให้ดีเสียก่อน

เนื่องจากขั้นตอนการส่งออกสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการส่งออกจะต้องทำความเข้าใจ และศึกษาข้อปฏิบัติให้ถูกต้อง เพื่อให้การประกอบธุรกิจส่งออกเป็นไปอย่างสะดวกและได้รับผลสำเร็จคุ้มค่างับความตั้งใจในการลงทุน

ความสำคัญของภาคการส่งออกสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ผลักดันในด้านการขยายการลงทุน และสร้างความต้องการแรงงาน

การส่งออกที่ขยายตัวขึ้นย่อมทำให้ผู้ประกอบการต้องขยายการผลิตหรือมีการลงทุนเพิ่มขึ้น และโดยส่วนใหญ่แล้วระบบการผลิตของไทยก็เป็นระบบการผลิตที่ใช้แรงงานในสัดส่วนที่มากกว่าเครื่องจักร (Labour Intensive) ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดความต้องการแรงงานเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยในการสร้างความต้องการแรงงานให้แก่ประเทศที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีผลต่อการช่วยยกระดับรายได้ของแรงงานด้วยอีกส่วนหนึ่ง

2. ช่วยในการนำเข้าเงินตราต่างประเทศ

ช่วยในด้านการลดการขาดดุลการค้า และดุลการชำระเงิน เพราะในการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นการใช้สกุลเงินต่างประเทศในการชำระค่าสินค้า และส่วนมากก็จะเป็นสกุลเงินหลักๆ ที่เป็นที่ยอมรับกันในตลาดโลก เช่น ดอลลาร์สหรัฐฯ มาร์คเยอรมัน หรือเยน เมื่อส่งสินค้าออกไปแล้วก็จะทำ

ให้ได้เงินตราต่างประเทศเข้ามา และเมื่อจะต้องนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศก็จะทำให้มีเงินไปชำระค่าสินค้านั้นได้ และเงินตราต่างประเทศที่ได้ก็จะมีส่วนต่อปริมาณเงินสำรองของประเทศอีกด้วย

3. ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

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

4. ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ทรัพยากร

เป็นการพิจารณาในการนำวัตถุดิบต่างๆ มาแปรรูปก่อนส่งออก ซึ่งจะทำให้สินค้านั้นๆ มีมูลค่าสูงขึ้น เช่น แทนที่จะส่งออกในรูปแบบของผ้าผืน แต่เปลี่ยนมาเป็นการส่งออกเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปแทน ซึ่งมูลค่าของสินค้าย่อมสูงขึ้น อันจะทำให้ได้กำไรเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

5. เป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตลง (Economy of Scale)

ถ้าเดิมผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าเพื่อป้อนตลาดในประเทศเพียงอย่างเดียว ปริมาณการผลิตจึงไม่สูงมากนัก แต่ถ้ามีการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศด้วย ปริมาณการผลิตก็จะเพิ่มขึ้น จากกำลังผลิตเดิมที่มีอยู่ก็จะเพิ่มกำลังผลิตเพิ่มขึ้นให้เต็มกำลังผลิต หรืออาจเป็นการขยายกำลังผลิตขึ้น เหล่านี้ย่อมเป็นการช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำลง หรือเป็นการผลิต ณ จุดที่มีระดับต้นทุนต่ำสุด อันจะเป็นการช่วยให้ได้กำไรเพิ่มขึ้น

6. ช่วยสร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

การขยายและกระจายการส่งออกจะช่วยปรับปรุงระดับเทคโนโลยีในการผลิต และการบริหาร เพราะในตลาดโลกย่อมมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งจะเป็ปัจจัยที่จะกระตุ้นให้ผู้ส่งออกต้องปรับปรุงสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิต ตลอดจนการจัดการ อันจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นการช่วยยกระดับของเทคโนโลยีของประเทศอีกทางหนึ่ง

7. ช่วยลดการพึ่งพิงสินค้าจากต่างประเทศ

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

เทคนิคเพื่อเตรียมพร้อมในการประกอบธุรกิจการส่งออก

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

เทคนิคที่ 1 เรื่องการจัดการเตรียมความพร้อมเพื่อการส่งออก

ผู้ส่งออกจะต้องมีความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกในด้านต่างๆ ดังนี้

- 1.1 ด้านเงินทุน โดยพิจารณาว่าต้นทุนของเงินทุนที่ธุรกิจใช้อยู่สูงมากน้อยเพียงไร สามารถแบกรับได้มากน้อยแค่ไหน โดยเมื่อเปรียบเทียบแล้วคุ้มกับการลงทุนหรือไม่
- 1.2 ด้านสถานที่ดำเนินการ เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับสำนักงานเครื่องมืออุปกรณ์ ตลอดจนการกำหนดแนวทางว่าจะดำเนินธุรกิจประเภทใด คือเป็นการกำหนดประเภทและเป้าหมายของกิจการให้ชัดเจน
- 1.3 ด้านบุคลากร กิจการต้องมีพนักงานที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่ง และมีจำนวนที่เพียงพอกับปริมาณของงาน
- 1.4 การสร้างความเชื่อถือ นับว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากประเด็นหนึ่ง เพราะการ

และทำความเข้าใจลูกค้า ดำเนินธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้จัก และความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ เพราะการที่ผู้ซื้อเชื่อถือในกิจการแล้ว ความร่วมมือกันในการทำธุรกิจก็จะดีขึ้นด้วย

- 1.5 ประเมินกำลังผลิต และ ความสามารถในการส่งออก
- ควรพิจารณาสินค้าก่อน ประเมินว่าสินค้าใดเป็นสินค้าที่กิจการสามารถส่งออกได้ โดยประเมินกำลังการผลิตโดยรวมของกิจการ หากเกิดการสั่งซื้อที่มากกว่ากำลังผลิตแล้ว ไม่สามารถผลิตได้ หรืออาจผลิตได้แต่คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ก็จะทำให้เกิดปัญหากับลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิเสธการยอมรับของลูกค้าได้

เทคนิคที่ 2 เรื่องการเลือกสินค้าและการผลิต

- 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 แต่โดยปกติแล้วราคาเพื่อส่งออกจะต่ำกว่าราคาที่ขายในประเทศ เพราะเป็นการขายในปริมาณมากกำไรโดยรวมก็จะมากขึ้น ขณะเดียวกันก็จะได้สิทธิพิเศษจากรัฐด้วย เช่น การยกเว้นภาษีการค้า ซึ่งสามารถนำมาหักจากต้นทุนสินค้าได้ และการเสนอราคาในการส่งออกส่วนใหญ่จะคิดเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ และต้อง

ระบุเงื่อนไขหรือ Term ของการเสนอราคา (Quotation Term หรือ Inco Term) ด้วยทุกครั้ง วิธีที่นิยมใช้ได้แก่

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

2.5 ผู้ส่งออกควรมีมาตรการในการควบคุมคุณภาพสินค้า

ผู้ส่งออกจะต้องควบคุมสินค้าให้มีความสม่ำเสมอในด้านคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อ และเป็นที่ยอมรับของตลาด

2.6 ผู้ส่งออกต้องมีความพร้อมในการออกแบบสินค้า หรือปรับปรุงสินค้าให้เหมาะสมกับผู้ซื้อ

เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละตลาดย่อมมีรสนิยมและความต้องการที่แตกต่างกัน การพัฒนาการออกแบบสินค้า จะช่วยให้สามารถปรับให้สินค้ามีความเหมาะสมกับตลาดได้ ซึ่งจะทำให้สามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น

เทคนิคที่ 3 เรื่องการเลือกตลาด

การเลือกตลาดสามารถทำได้ 2 วิธีคือ

3.1 การวิจัยจากข้อมูลทุติยภูมิ (Desk Research)

เป็นการวิจัยที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ แต่ข้อมูลที่ได้จะไม่ลึก 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 โดยใช้ในการประเมินความต้องการของตลาด แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาร่วมกับอำนาจซื้อ (Purchasing
---------------------------------------	--

Power) ของประชากรในประเทศนั้น ๆ ด้วย

**ภาวะการแข่งขัน
ในตลาดเป้าหมาย**

พิจารณาว่าประเทศใดมีส่วนทางการตลาดในประเทศนั้นมากน้อยเพียงไรเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันในตลาดนั้นๆ เพราะข้อมูลที่ได้ สามารถนำมาเปรียบเทียบหาข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของประเทศนั้นๆ แล้วนำมาปรับในกลยุทธ์ในการแข่งขันของเราได้

**กฎระเบียบการนำเข้า
ของตลาดเป้าหมาย**

พิจารณาว่ามีข้อจำกัด หรือกฎระเบียบใดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จะส่งออก เพื่อจะได้เตรียมเอกสารให้ถูกต้อง และครบถ้วน จะได้ไม่เกิดปัญหาในการนำสินค้าเข้าประเทศนั้นๆ

3.2 การวิจัยโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Field Research)

เป็นการทำวิจัยในภาคสนามต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง เป็นการใช้ข้อมูลในลักษณะปฐมภูมิ (Primary Data) การทำวิจัยวิธีนี้ผู้ทำจะต้องมีประสบการณ์และความรู้ทางการตลาดเป็นอย่างดี โดยมีวิธีการทำดังนี้

เดินทางไปศึกษาตลาดด้วยตนเอง

วิธีนี้จะมีค่าใช้จ่ายสูงมาก แต่โอกาสที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้องจะมีอยู่มาก เพราะจะได้เห็นถึงสภาพตลาดที่แท้จริง ความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคในตลาด ตลอดจนจะมีโอกาสได้ติดต่อโดยตรงกับผู้นำเข้าอีกด้วย.

**ติดต่อขอข้อมูลจากสำนักงาน
พาณิชย์ไทยในต่างประเทศ**

อาจไม่ได้ผลดีเท่ากับวิธีแรก จะได้เพียงข้อมูลเบื้องต้นไม่ละเอียด แต่ค่าใช้จ่ายก็จะต่ำกว่า

ข้อสำคัญในการเลือกตลาด

ในการเลือกตลาดผู้ส่งออกควรมีความรู้ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

Market Size	ควรทราบขนาดของตลาดที่ต้องการส่งสินค้าไปขาย	โดยพิจารณาจาก
	Population และ Purchasing Power	
Political Economic Stability	พิจารณาถึงความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศที่ส่งสินค้าไปขายว่ามีความมั่นคงมากน้อยเพียงใด	
Growth Trend	เป็นการพิจารณาด้านแนวโน้มการขยายตัวของ การนำเข้าโดยศึกษาได้จากข้อมูลทางสถิติต่างๆ ย้อนหลังประมาณ 3-5 ปี	
คู่แข่งชั้น	คู่แข่งชั้นที่สำคัญส่วนแบ่งตลาด และ การส่งเสริมการขายในตลาดนั้นๆ	
ช่องทางการจัดจำหน่าย	การศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายจะทำให้สามารถเลือกติดต่อกับลูกค้าได้ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ในการตั้งราคาอีกด้วย	
Legal Requirement	ต้องมีความเข้าใจในกฎระเบียบการนำเข้าว่ามีขั้นตอนหรือข้อจำกัดอะไรบ้าง	
อัตราอากรการนำเข้า/ โควตาและใบอนุญาตนำเข้า	ผู้ส่งออกจะต้องมีความรู้ในด้านเหล่านี้เพื่อจะได้เตรียมพร้อมที่จะส่งออกไปยังตลาดนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง	
การขนส่ง	ผู้ส่งออกจะต้องศึกษาถึงขั้นตอนและวิธีการส่งออกตลอดจนค่าระวาง และระยะเวลา ในการขนส่ง เพื่อจะได้กำหนดวันส่งมอบสินค้าได้อย่างถูกต้อง	
ข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้าเกี่ยวกับสินค้า	ผู้ส่งออกจะต้องมีความเข้าใจว่าประเทศนั้น มีข้อกำหนดอะไรบ้าง เพื่อจะได้เตรียมพร้อมในการแก้ไขปัญหาล่วงหน้า	

เทคนิคที่ 4 เรื่องการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

- การสร้างความพอใจซึ่งกันและกัน(Mutual Satisfaction)

การสร้างความพอใจร่วมกันทั้งสองฝ่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับภาคธุรกิจส่งออก หรือที่เรียกกันว่า WIN- WIN Situation การที่จะได้มาซึ่งสถานการณ์นี้มีปัจจัยมากมาย ยกตัวอย่างเช่น เรื่องตัวสินค้าซึ่งฝ่ายผู้ส่งออกก็ต้องมั่นใจในคุณภาพสินค้า ลูกค้าก็มีความพอใจในตัวสินค้า รวมถึงการตั้งราคาที่เหมาะสมเป็นที่พอใจของทั้งสองฝ่าย

- การแก้ไขข้อขัดแย้ง (Solving Conflicts of Interest)

ในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจระหว่างประเทศนั้น สามารถสร้างความขัดแย้งให้เกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุไม่ว่าจะเป็นการต่อรองเรื่องราคา เงื่อนไขการชำระเงิน ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้า กำหนดการส่งของที่ล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งมอบสินค้าที่มีปัญหาให้แก่ลูกค้า สาเหตุเหล่านี้จำเป็นต้องใช้ปัจจัยหลายอย่าง ที่สำคัญที่สุดคือต้องทำให้ลูกค้าอารมณ์เย็นลงก่อน ฉะนั้นคนส่วนใหญ่ก็ใช้หลักที่ว่าให้พยายามทำให้ลูกค้าใจเย็นลงด้วยการใช้ “เทคนิคการยอมรับ” และ “เสนอแนวทางแก้ปัญหา” จำไว้ว่าลูกค้าไม่ต้องการคำอธิบาย แต่ลูกค้าต้องการแนวทางการแก้ไขและป้องกันในอนาคต

- ความยืดหยุ่น(Flexibility)

ในการเจรจาการค้าให้จำไว้เสมอว่าความยืดหยุ่นจะเป็นผลดีต่อการเจรจาการค้าเสมอไป เพราะการเจรจากับลูกค้านั้นเราไม่สามารถกำหนดแนวทางการเจรจาไว้ล่วงหน้าได้ ว่าการเจรจาจะออกมาในรูปแบบใด แต่อย่างไรก็ตามเราจำเป็นต้องเตรียมข้อมูลและกลยุทธ์ไว้ให้มากที่สุดเท่าที่เราจะสามารถคาดคะเนได้ นอกจากนั้นก็ต้องอาศัยปฏิภาณหลายๆอย่างระหว่างการเจรจาในการเจรจากับลูกค้าให้ได้ประโยชน์แก่เรามากที่สุด และที่สำคัญคือเป็นที่พอใจแก่ลูกค้าด้วย ฉะนั้นความยืดหยุ่นเป็นปัจจัยที่จำเป็นในการเจรจาก็เพื่อที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการหลีกเลี่ยงความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ระหว่างการเจรจาการค้า

เทคนิคที่ 5 เรื่องศิลปะที่สำคัญในการประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

- การประกอบธุรกิจอย่างมีแบบแผน

การวางแผนล่วงหน้าเป็นสิ่งสำคัญและมีประโยชน์มากมายสำหรับนักธุรกิจทุกประเภท โดยเฉพาะธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ แต่นักธุรกิจไทยโดยส่วนใหญ่ยังขาดการวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นกิจจะลักษณะน้อยเกินไป ซึ่งเป็นผลให้เวลาเจรจาการค้ากับชาวต่างชาติแล้วค่อนข้างจะเสียเปรียบมาก ซึ่งความเสียเปรียบต่างๆ จะลดน้อยลงมากหากเราทำการบ้านก่อนพบปะลูกค้า นั่นคือการวางแผนการล่วงหน้า เพื่อประเมินสถานการณ์ และกำหนดกลยุทธ์ก่อนการเจรจา

- รู้เขา รู้เรา (Know Your Customer)

การรู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการเจรจาการค้า เพื่อสามารถกำหนดแนวทางการเจรจาที่น่าประทับใจและเป็นที่พอใจของลูกค้าให้มากที่สุด โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรของลูกค้า ข้อมูลด้านธุรกิจ ลักษณะนิสัยของลูกค้า แนวนโยบายการบริหารของลูกค้า สุดท้ายข้อมูลการตลาด เป็นข้อมูลที่จำเป็นอย่างยิ่งเพราะการรู้ข้อมูลการตลาดของลูกค้า จะช่วยพัฒนาสินค้าของผู้ส่งออกให้ตรงตามความต้องการของตลาดได้ใกล้เคียงกว่า และยังทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณส่งออกนั้นๆ มีความเป็นมืออาชีพ และมีหลักการที่ดีทำให้โอกาสสูญเสียลูกค้าแต่ละรายมีน้อย

- อย่าให้ความเครียดมีผลต่อกระบวนการเจรจา (Don't Let Stress Impact Your Agenda)

ความเครียดระหว่างการเจรจาโดยส่วนใหญ่เกิดจากความไม่มั่นใจ ข้อมูลไม่พร้อม ไม่สามารถแก้ไขข้อโต้แย้งของลูกค้าได้ รวมถึงการเจรจาที่ใช้เวลานาน ฉะนั้นเมื่อรู้สึกว่าจะเกิดความเครียดให้ลองพักตัวเองก่อน เพื่อผ่อนคลายสมองและความคิดเพื่อป้องกันการความขัดแย้งและเสียประโยชน์ในการเจรจา

- เน้นข้อเท็จจริงอย่างวางกับดักตัวเอง (Don't Trap Yourself, Facts Only)

ในการประกอบธุรกิจใดๆก็ตามนั้น สิ่งต้องห้ามสองประการที่ต้องไม่ให้เกิดขึ้นเด็ดขาดคือ 1) อย่าปิดบังความจริงกับลูกค้า 2) อย่าให้ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบคู่ค้ามีอิทธิพลต่อเรา เพราะความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบจะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจเพราะความรู้สึกนั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมของเราที่แสดงออกซึ่งจะมีผลเสียอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ

- อย่าแข่งลูกค้าพูด (Capture Contents and Watch Body Language)

หลีกเลี่ยงการแข่งลูกค้าพูดแต่จงจับประเด็นด้วยการฟังให้มากที่สุด และสังเกตท่าปฏิกิริยาของลูกค้าตลอดเวลา สิ่งสำคัญที่สุดคือให้ลูกค้าพูดให้จบไม่ควรพูดแทรกระหว่างที่ลูกค้ากำลังอธิบาย หรือนำเสนอข้อมูลอยู่เพราะนอกจากเราจะได้ข้อมูลไม่ครบถ้วนแล้วเราอาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจได้อีกด้วย

- พัฒนาทักษะการเจรจาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Skill Development)

หลักสำคัญสามประการในการพัฒนาในการพัฒนาทักษะการเจรจาอย่างต่อเนื่องขึ้นอยู่กับ 1) การสังเกต ซึ่งในการเจรจาธุรกิจแต่ละครั้ง จะมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นอยู่เป็นประจำและเหตุการณ์ต่างๆเหล่านั้นล้วนแต่มีที่มาที่ไปเสมอ ฉะนั้นเราควรรู้จักสังเกตเพื่อเก็บข้อมูลในการเจรจาแต่ละครั้งเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจในคราวต่อไปให้เป็นที่พอใจของลูกค้า 2) การประเมินผล โดยทุกครั้งหลังจากการเจรจาการค้าจบแล้วควรที่จะนำผลของการเจรจาในแต่ละครั้งมาประเมินผลไม่ว่าการเจรจาจะออกมาในรูปแบบใด เพราะการประเมินผลจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาทักษะการเจรจาได้เป็นอย่างดี คดเฉพาะอย่างยิ่ง หากการเจรจาครั้งนั้นเราเป็นฝ่ายล้มเหลว 3) การกำหนดแนวทางการเจรจา การนำ

สิ่งที่ได้จากการเจรจาในแต่ละครั้งมากำหนดกลยุทธ์ในการเจรจาดำเนินธุรกิจในครั้งต่อไปจะทำให้เรา
ได้เปรียบเหนือลูกค้าและสามารถทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

เทคนิคที่ 6 เรื่องการทำสัญญาซื้อขาย (Sale Contract)

เมื่อมีการเสนอราคาและตกลงกันเรียบร้อยแล้ว ก็จะถึงขั้นตอนการนำสัญญาซื้อขาย โดยผู้ซื้อ
และผู้ขาย หรือโดยตัวแทนของทั้ง 2 ฝ่าย ซึ่งโดยปกติจะมีขั้นตอนดังนี้

Proforma Invoice เป็นเอกสารที่ผู้ขายส่งให้ผู้ซื้อเพื่อเป็นการเสนอ หรือยืนยันการเสนอ
ราคาและเงื่อนไขต่างๆ ในการขายสินค้านั้นๆ

Purchase Order เมื่อผู้ซื้อตกลงตามราคา และเงื่อนไขใน Proforma Invoice แล้วจะส่ง
หนังสือ การสั่งซื้อ (Purchase Order) มาให้ผู้ขายเพื่อเป็นการตอบรับและสั่งซื้อสินค้าตามราคา และ
เงื่อนไขดังกล่าว

Sale Confirmation เป็นสัญญาการซื้อขาย ซึ่งผู้ขายส่งให้แก่ผู้ซื้อเพื่อเป็นการยืนยัน หรือ
ตอบรับการสั่งซื้อนั้นอีก (ซึ่งในทางปฏิบัติบางครั้งอาจจะไม่จำเป็นก็ได้)

เทคนิคที่ 7 เรื่องการชำระเงิน (Term of Payment)

การชำระเงินมีความสำคัญมากในการส่งออก เนื่องจากไม่ใช่เป็นการขายภายในประเทศ ที่
ลูกค้าจะสามารถเลือกดูสินค้า และส่งสินค้าได้ทันที ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ห่างไกลกันมาก หากเกิด
ปัญหาสินค้าไม่ตรงตามคุณภาพที่ต้องการ หรือมีปัญหาเรื่องการชำระเงินแล้ว จะมีความยุ่งยากมากใน
การติดตาม สำหรับการชำระเงินที่ปฏิบัติกันในปัจจุบัน มีดังนี้

การจ่ายเงินล่วงหน้า (Cash or Advance Payment)

วิธีนี้ผู้ซื้อจะส่งเงิน (Bank Draft หรือการโอนเข้าบัญชีผู้ขาย) ให้แก่ผู้ขายไปก่อน เมื่อ
ผู้ขายได้รับเงินแล้วจึงจะส่งสินค้ามาให้ผู้ซื้อ วิธีนี้ผู้ซื้อค่อนข้างจะเสียเปรียบมากหากไม่คุ้นเคยหรือรู้จัก
ผู้ขายเป็นอย่างดี

การจ่ายเงินเชื่อ (Open Account)

วิธีนี้จะตรงกันข้ามกับวิธีแรก คือผู้ขายจะส่งสินค้ามาให้ผู้ซื้อก่อนและได้รับชำระเงินจากผู้
ซื้อภายหลัง ซึ่งอาจจะมีการตกลงกันว่าภายในกี่วัน เช่น 30 หรือ 60 วัน ซึ่งผู้ขายจะเป็นผู้เสียเปรียบ

Consignment

เป็นการจ่ายเงินเมื่อผู้ซื้อสามารถขายสินค้าได้แล้วหรือเรียกว่าการขายฝาก ซึ่งถ้าผู้ซื้อเอาสินค้าไปแล้วและยังขายต่อไม่ได้ ก็ยังไม่ต้องจ่ายเงินให้แก่ผู้ขาย

Documents Against Payment (D/P)

เป็นการจ่ายเงินก่อนนำเอกสารไปออกสินค้า วิธีนี้ผู้ขายจะส่งเอกสารที่ใช้ในการออกสินค้าไปให้แก่ธนาคารในประเทศของผู้ซื้อ เมื่อผู้ซื้อมาจ่ายเงินค่าสินค้าที่ธนาคารแล้ว จึงสามารถเอาเอกสารนั้นไปออกสินค้าได้ ซึ่งมีทั้งการจ่ายเงินทันที (At Sight) หรือจ่ายภายหลัง (Term 30, 60 หรือ 90 วัน)

Documents Against Acceptance (D/A)

เป็นการจ่ายเงินโดยผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงิน แล้วนำเอกสารไปออกสินค้า วิธีนี้คล้ายกับวิธี D/P คือเอกสารทั้งหมดจะส่งให้แก่ธนาคารในประเทศของผู้ซื้อ แต่ผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงินแล้วนำเอกสารไปออกสินค้าได้ โดยยังไม่ต้องจ่ายเงินและก็จะสามารถไม่จ่ายเงินภายหลังก็ได้

Letter of Credit (L/C)

วิธีนี้เป็นวิธีที่ดีและเหมาะสมมาก ไม่มีการเสี่ยงทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยเมื่อมีการตกลงซื้อขายกันแล้ว ผู้ซื้อจะเปิด L/C นี้ โดยธนาคารของผู้ซื้อมายังผู้ขายโดยผ่านธนาคารของผู้ขาย โดยจะระบุเงื่อนไขต่างๆ ใน L/C นั้น และเมื่อผู้ขายได้จัดส่งสินค้าถูกต้องตามเงื่อนไขใน L/C ให้แก่ผู้ซื้อแล้วก็สามารถนำเอกสารในการส่งออกไปขึ้นเงินกับธนาคารของผู้ขายได้

การตกลงใช้วิธีการชำระเงินต่างๆ เหล่านี้ ขึ้นกับความเชื่อใจกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย หรือในบางกรณีขึ้นกับว่าความต้องการจะขายหรือซื้อสินค้าน้อยแค่ไหน เช่น ถ้าผู้ซื้อต้องการสินค้าชนิดนี้มากหรือหาซื้อไม่ได้ง่ายนัก ก็อาจจะยอมจ่ายเงินล่วงหน้ามาให้แก่ผู้ขายก่อนก็ได้ ซึ่งแต่ละวิธีก็มีความได้เปรียบเสียเปรียบหรือความเสี่ยงมากน้อยไม่เท่ากัน แต่วิธีที่นิยมใช้กันมากในการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ซื้อและผู้ขายเพิ่งจะรู้จักกันก็คือ การเปิด L/C

เทคนิคที่ 8 เรื่องพิธีการส่งออก

พิธีการส่งออกเป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการส่งออกสินค้า แต่ก็ยังเป็นขั้นตอนที่มีความซับซ้อนมากขั้นตอนหนึ่ง แต่ถ้าได้มีการศึกษาและเตรียมพร้อมล่วงหน้าแล้วก็จะไม่มีความยุ่งยาก เพราะรัฐบาลเองก็ส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศอยู่แล้ว จึงได้พยายามลดขั้นตอนหรืออุปสรรคต่างๆ ลงเพื่อช่วยให้ผู้ส่งออกเกิดความสะดวกรวดเร็วในการจะส่งออกสินค้า โดยปกติแล้วการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดโดยเฉพาะสินค้าที่มีการควบคุม ก็จะมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการควบคุมสินค้านั้นโดยตรง ซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานเดียวหรือหลายหน่วยงานก็ได้

เอกสารที่ใช้ในการส่งออกโดยทั่วไปประกอบด้วย

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

สรุปขั้นตอนการส่งออกจะประกอบด้วย

- การจดทะเบียนธุรกิจ
- การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และการขอมิเลขและบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร
- เสนอขายและรับการสั่งซื้อ
- การเตรียมสินค้า
- ติดต่อขนส่ง
- จัดเตรียมเอกสารเพื่อการส่งออก
- ติดต่อผ่านพิธีการศุลกากร
 - พิธีการตรวจเอกสาร
 - พิธีการตรวจสินค้า
- การส่งมอบสินค้า
- การเรียกเก็บเงินค่าสินค้า

- ขอรับสิทธิประโยชน์

และเมื่อตั้งใจจะดำเนินธุรกิจการค้าแล้ว ไม่ว่าจะ เป็นภายในประเทศหรือส่งออกสู่ต่างประเทศ จะต้องสร้างความมั่นใจแก่คู่ค้า โดยแสดงวัตถุประสงค์ชัดเจนว่าจะทำการค้าสินค้าลักษณะใด โดยทำการจดทะเบียนธุรกิจ ซึ่งมีการจดได้หลายลักษณะ ได้แก่

1. กิจการร้านค้าเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนสามัญ

2. นิติบุคคล แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

- 2.1 บริษัทจำกัด

- 2.2 ห้างหุ้นส่วน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- 2.2.1 ห้างหุ้นส่วนจำกัด

- 2.2.2 ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

สำหรับสถานที่จดทะเบียน คือ

1. กรุงเทพมหานคร

- 1.1 สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 1 (มหาราช)

- โทร. 0-2622-0569 ถึง 70 และ 77

- 1.2 สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 2 (พหลโยธิน)

- โทร. 0-2618-3340 ถึง 41 และ 45

- 1.3 สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 3 (รัชดาภิเษก)

- โทร. 0-2276-7259 ถึง 64

- 1.4 สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 4 (กรุงธนบุรี)

- โทร. 0-2440-1346 ถึง 49

- 1.5 สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 5 (รามคำแหง)

- โทร. 0-2276-7255 ถึง 58 และ 69

- 1.6 สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 6 (ศรีนครินทร์)

- โทร. 0-2722-8366 ถึง 67

- 1.7 สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 7 (แจ้งวัฒนะ)

- โทร. 0-2276-7250 ถึง 51 และ 53

- 1.8 สำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 8 (บางกระสอบ)

- โทร. 0-2547-4423 ถึง 24

2. ต่างจังหวัด ที่สำนักงานทะเบียนการค้าจังหวัด 75 จังหวัด

เมื่อจดทะเบียนธุรกิจแล้วก็ต้องติดต่อกกรมสรรพากรเพื่อขอมีเลขและบัตรประจำตัวผู้เสียภาษี
อากร หากมีรายรับจากการขายสินค้าหรือให้บริการเกินกว่า 1.2 ล้านบาทต่อปี ต้องยื่นคำขอจด
ทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่มีผู้ประกอบการบางประเภทที่ไม่ต้องจดทะเบียนหรือได้รับการยกเว้น
ภาษีมูลค่าเพิ่ม เช่นการส่งออกของผู้ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมส่งออกตามกฎหมายว่าด้วยการ
นิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยจะได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามกฎหมายแต่ก็สามารถขอจด
ทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ เป็นต้น

การดำเนินการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม สามารถติดต่อขอรายละเอียดและจดทะเบียนได้ที่

กรุงเทพฯ - สำนักงานสรรพากรเขต สำนักงานสรรพากรเขต(สาขา) หรือสำนักงาน
สรรพากรที่สถานประกอบการตั้งอยู่

ต่างจังหวัด - สำนักงานสรรพากรอำเภอ สำนักงานสรรพากรอำเภอ(สาขา) หรือสำนักงาน
สรรพากรกิ่งอำเภอที่สถานประกอบการตั้งอยู่

อันดับแรกของการประกอบธุรกิจส่งออก ผู้ประกอบการต้องเข้าใจถึงลักษณะการส่งออกของ
ประเทศไทยก่อน ซึ่งประเทศเราเป็นประเทศกำลังพัฒนาและมีเสรีทางการค้า ฉะนั้นในสินค้าบางตัวก็
เป็นสินค้าที่มีความสำคัญและอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจแก่ประเทศ ดังนั้น ผู้ที่จะประกอบธุรกิจส่งออก
จึงจำเป็นต้องศึกษากฎเกณฑ์ และระเบียบอันเกี่ยวข้องกับการส่งออก โดยเฉพาะกฎหมายเกี่ยวกับ
ศุลกากร กฎหมายพิกัดอัตราอากรขาเข้าขาออกของสินค้าที่ได้รับการยกเว้นอากร กฎหมายควบคุม
สินค้าขาออก ทั้งนี้เพื่อให้มีความเข้าใจอย่างถูกต้องตรงกัน

รัฐบาลจึงได้กำหนดการส่งออกสินค้าตามกลุ่มของสินค้าเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. สินค้ามาตรฐาน
2. สินค้าควบคุม หรือสินค้าที่มีมาตรการจัดระเบียบการส่งออก
3. สินค้าเสรี (ทั่วไป)

**1. สินค้ามาตรฐานที่กำหนดมี 11 ชนิด ได้แก่ ข้าวโพด ปอพอก เมล็ดละหุ่ง ปุยพุ่น ไม้สัก
แปรรูป ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ข้าวฟ่าง ปลาป่น ถั่วเขียว และถั่วเขียวผิวดำ ข้าวหอมมะลิไทย**

การส่งออกสินค้าในกลุ่มนี้ ผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้า
มาตรฐานและต้องได้รับใบรับรองมาตรฐานสินค้าจาก

- สำนักงานมาตรฐานสินค้า
- สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

เพื่อนำไปแสดงต่อกรมศุลกากรจึงจะได้รับการตรวจปล่อยสินค้าออกไปได้ ในเรื่องนี้สามารถติดต่อขอรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ กองตรวจสอบและมาตรฐานสินค้า

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

โทร. 0-2547-4746

2. สินค้าควบคุม หรือสินค้าที่มีมาตรการจัดระเบียบการส่งออก เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงความสงบและความเรียบร้อยภายในประเทศผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ
สินค้านี้ได้แก่

- | | | |
|-------------------|--------------------|------------------------|
| - กระแต | - ทูเรียน | - ลำไยสด |
| - กากถั่ว | - ทองคำ | - สัตว์น้ำ 258 ชนิด |
| - กากถั่วเหลือง | - น้ำมันเชื้อเพลิง | - สัตว์ป่าบางชนิด |
| - กาแฟ | - ปลาทะเลสวยงาม | - สับปะรด |
| - กุ้งกุลาดำ | - ปลาทูนา | - สิ่งทอ |
| - ข้าว | - ปลาหมึก | - สินค้าปลอม |
| - ช้าง | - ปะการัง | - สินค้าลิขสิทธิ์ |
| - ชากเต่าบางชนิด | - ปู่ย | - หวาย |
| - ชากสัตว์บางชนิด | - ผลิตภัณฑ์หอยมุก | - หอยมุก |
| - Re - Export | - พระพุทธรูป | - ดอกกล้วยไม้ |
| - เต่าจิ้งกร | - ม้า ลา ล่อ | - ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง |
| - ถ่านไม้ | - เมล็ดปอ | - ถ่านหิน |
| - ไม้ ไม้แปรรูป | - ทราย | - แร่ที่มีทราย |
- ส่งออกไปสหพันธ์สาธารณรัฐเชอร์ราลีโอน(อาวุธ)

การส่งออกสินค้าเหล่านี้จะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเสียก่อนจึงจะทำการส่งออกได้

- จัดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก ได้แก่ กาแฟ ข้าว ทูเรียน ปลาทูนาบรรจุกาชาชนะอัดลม กุ้ง ปลาหมึกแช่เย็นแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ ลำไยสด สิ่งทอ ดอกกล้วยไม้ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง
- ขอบอนุญาตส่งออก ได้แก่ กากถั่วเหลือง (ในหลักการไม่อนุญาตให้ส่งออก) กาแฟ กุ้ง กุลาดำ ข้าว ช้าง ชากเต่าบางชนิด ชากสัตว์บางชนิด สินค้า Re - Export ถ่านไม้ ถ่านหิน ทองคำ

น้ำมันเชื้อเพลิง ปุ๋ย ผลิตภัณฑ์หอยมุก พระพุทธรูป ไม้และไม้แปรรูป(เฉพาะไม้ยางพารา ไม้สน และไม้ยูคาลิปตัส) แร่ที่มีทราย สัตว์ป่าบางชนิด หอยมุก ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

- ขอรับการจัดสรรปริมาณ (โควตา) การส่งออก ได้แก่ ข้าว สิ่งทอ

- ห้ามส่งออก / ในหลักการไม่อนุญาตให้ส่งออก ได้แก่ กระแต กากถั่ว เต่าจักร ทราย ปลาทะเลสวยงาม ปะการัง ม้า ลา ล่อ เมล็ดปอ สัตว์น้ำ 258 ชนิด สินค้าปลอม สินค้าลิขสิทธิ์ หวาย การส่งออกไปยัง 3 ประเทศที่กล่าวข้างต้น

ผู้ประกอบการสามารถสอบถาม / ค้นหารายละเอียดได้จาก

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

โทร. 0-2547-4771 ถึง 86

Web Site : [www.dft.moc.go.th / export_index.html](http://www.dft.moc.go.th/export_index.html)

Web Site ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ : [www.dep.thai.go.th / export / inex.html](http://www.dep.thai.go.th/export/inex.html)

3. สินค้าเสรี (ทั่วไป) ไม่มีกฎหมายใดเป็นข้อห้าม จึงส่งออกได้ตามปกติ สินค้ากลุ่มนี้มีมากมาย ผู้ส่งออกสามารถเลือกทำการค้าได้โดยเสรี

เมื่อทราบประเภทของกลุ่มสินค้า และรู้แล้วว่าเป็นสินค้าประเภทใด ก็มาถึงขั้นต่อไปในการขายสินค้าส่งออก คือการหาลูกค้าซึ่งก็มีหลายวิธี เช่น ลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ในประเทศของผู้ซื้อ หรือสื่อทางการค้าของหน่วยงานด้านการค้าของไทย ได้แก่ Exporters Directory ซึ่งจะจัดพิมพ์รายชื่อผู้ผลิต – ส่งออกสินค้าแยกเป็นชนิดสินค้าการส่ง Direct Mail ไปยังผู้นำเข้าในประเทศเป้าหมาย การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

เมื่อผู้ซื้อในต่างประเทศได้รู้จักสินค้าและให้ความสนใจก็จะมี การสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมในเรื่องราคา ปริมาณ หรือเงื่อนไขอื่น ๆ

ผู้ขายสินค้าก็ต้องเสนอราคาที่เหมาะสมและกำหนดเวลาในการจัดส่งหรือรายละเอียดอื่นตามที่ผู้ซื้อต้องการทราบ หากผู้ซื้อพอใจในสินค้าและราคาแล้วจึงจะเกิดการสั่งซื้อ ด้วยการออกคำสั่งซื้อสินค้า (Purchase Order) มายังผู้ขาย เพื่อให้ผู้ขายออกเอกสาร Pro – forma Invoice

เมื่อผู้ขายจัดส่ง Pro – forma Invoice ไปให้แล้ว ผู้ซื้อก็จะนำไปใช้เป็นหลักฐานในการเปิด Letter of Credit (L/C) ต่อธนาคารของผู้ซื้อ และเมื่อธนาคารของผู้ซื้อรับการสั่งซื้อแล้วก็ทำการจัดส่ง Letter of Credit (L/C) มายังธนาคารในประเทศของผู้ขาย

หลังจากนั้นธนาคารในประเทศผู้ขายก็จะแจ้งมายังผู้ขายว่าลูกค้าในต่างประเทศได้เปิด L/C มาแล้ว โดยให้ผู้ขายติดต่อกลับเพื่อนำหลักฐานตามที่ตกลงใน L/C ไปเตรียมการจัดส่งสินค้าตาม

ข้อตกลงที่ผู้ซื้อกำหนดมาใน L/C หากมีข้อความใน L/C ไม่ชัดเจน ควรปรึกษากับธนาคารผู้รับใบสั่งซื้อ L/C ให้ชัดเจนเสียก่อนที่จะนำไปดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

ในกรณีที่ผู้ขายเป็นผู้ผลิตสินค้าเอง ต้องเตรียมการผลิตสินค้าให้พร้อมเสร็จสิ้นก่อนกำหนดส่งสินค้า หากผู้ขายไม่ได้ผลิตเองก็ต้องทำสัญญากับผู้ผลิตให้กำหนดการส่งมอบสินค้า ตามเวลาที่กำหนดก่อนการจัดส่งให้ผู้ซื้อ จากนั้นทำการทดสอบคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามข้อตกลงที่ได้กับผู้ซื้อไว้ และตรวจสอบกำหนดการในการขนส่งสินค้าว่า ตารางการเดินเรือ หรือเที่ยวบินในช่วงที่ต้องการส่งสินค้ามีตามต้องการหรือไม่ ควรจองระวางบรรทุกสินค้าไว้ล่วงหน้า เพื่อความสะดวกแก่ผู้ทำการขนส่งซึ่งจะได้จัดเตรียมระวางบรรทุกในเที่ยวที่ต้องการได้ถูกต้องครบถ้วน

ต่อมาจัดทำใบกำกับสินค้า หรือ บัญชีราคาสินค้า (Invoice) เพราะต้องนำไปใช้ทั้งก่อนการส่งออก และหลังการส่งออก เช่น ขออนุญาตสินค้าที่ควบคุมต้องปฏิบัติล่วงหน้าเพื่อความถูกต้อง การจัดทำใบรายการบรรจุหีบห่อ (Packing List) จะต้องจัดทำเมื่อทราบขนาดของหีบห่อที่ใช้บรรจุสินค้า หรืออาจจัดทำก่อนยื่นเอกสารผ่านพิธีการศุลกากร การขออนุญาตสินค้าควบคุม สินค้ามาตรฐานและการรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร ซึ่งได้กล่าวแล้วข้างต้น

นอกจากนี้อาจต้องขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (C/O หรือ Certificate of Origin) ตามข้อกำหนดของประเทศผู้ซื้อ หนังสือรับรองนี้มี 2 แบบ

แบบที่ 1 เป็นหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดทั่วไปที่ออกให้กับประเทศผู้ซื้อ เพื่อยืนยันว่าสินค้านั้นผลิตขึ้นในประเทศที่ส่งออกจริง ผู้ออกให้มี

- กองสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

แบบที่ 2 เป็นหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าที่ออกให้กับประเทศผู้ซื้อ ตามข้อตกลงว่าด้วยการให้สิทธิพิเศษต่าง ๆ

- สิทธิพิเศษทางด้านภาษีศุลกากร GSP เรียกว่า หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form A
- สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ AFTA / CEPT เรียกว่า หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า

Form D

- สิทธิประโยชน์ทางการค้า GSTP เรียกว่า หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form GSTP

แบบที่ 2 นี้จะออกโดย กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์เท่านั้น สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

กองสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

โทร. 0-2547-4815 ถึง 9

E – mail : tpd_info@mocnet.moc.go.th

เอกสารประกอบอื่น ๆ ตามความต้องการของผู้ซื้อ เช่น เอกสารประกันภัยและเอกสารรับรองต่าง ๆ ซึ่งผู้ส่งออกส่วนใหญ่มักใช้บริการว่าจ้างผู้แทนออกของ (Shipping) ให้ดำเนินการ ดังนั้นจึงควรแจ้งให้เขาทราบว่าต้องการเอกสารประกอบชนิดใด เพื่อเขาจะได้ปฏิบัติตามความต้องการได้อย่างถูกต้อง

ทั้งนี้สามารถจะหาข้อมูลได้จาก L/C ที่ได้รับมา ถ้ามีเงื่อนไข อย่าละเลยที่จะระบุเงื่อนไขลงไป ในเอกสารนั้น ๆ ให้ครบ

เอกสารใดที่ผู้ซื้อระบุมา แต่ไม่สามารถหาหน่วยงานใดออกให้ได้ก็ให้ทำการตกลงกับผู้ซื้อเสียแต่เนิ่น ๆ ก่อนที่จะปฏิบัติการส่งมอบสินค้า

บัตรลายมือชื่อ บัตรลายมือชื่อมีไว้เพื่อประกอบการติดต่อกับกรมศุลกากรว่าด้วยการนำเข้า และส่งออกทุกเรื่อง เป็นบัตรลายมือชื่อเจ้าของหรือผู้จัดการและผู้รับมอบอำนาจเพื่อประกอบการยื่นเอกสารในการผ่านพิธีการของกรมศุลกากร โดยยื่นคำร้องต่อฝ่ายทะเบียนผู้ส่งออกและนำเข้า สำนักเลขานุการกรม กรมศุลกากร หรือที่ด่านศุลกากรทั่วราชอาณาจักร

เมื่อเตรียมเอกสารประกอบการส่งออกครบแล้ว และถึงเวลาตามที่ได้สัญญากับผู้ซื้อไว้แล้ว สินค้าพร้อมแล้ว ก็ทำการผ่านพิธีศุลกากร เพื่อทำการตรวจสอบสินค้าว่าตรงกับใบกำกับสินค้า ใบรายการบรรจุหีบห่อ แหล่งกำเนิดสินค้า การชำระภาษีอากร การออกใบขนสินค้า การควบคุม การบรรจุสินค้าเข้าตู้ ขึ้นเรือ หรือขึ้นพาหนะที่ใช้ขนสินค้าส่งออก

จากนั้น นำสินค้าที่จะส่งออกส่งมอบแก่ผู้ทำการขนส่ง ซึ่งได้จองระวางไว้ล่วงหน้าแล้ว และรับใบตราส่งเมื่อส่งมอบสินค้าเรียบร้อยแล้ว ใบตราส่งมี 5 ประเภทด้วยกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับพาหนะที่ท่านใช้ขนส่ง เช่น

- ใบตราส่งทางเรือ Bill of Lading (B/L)
- ใบตราส่งทางอากาศ Air Waybill
- ใบตราส่งทางรถไฟ Railways Receipt
- ใบตราส่งทางรถบรรทุก Truck's Receipt
- ใบตราส่งทางไปรษณีย์ Parcel's Receipt

ผู้ส่งออกจะต้องตรวจสอบใบตราส่งให้ละเอียดตามเงื่อนไข อย่าให้ผิดพลาดจากข้อกำหนดก่อนนำไปยื่นขอเงินรับเงินกับธนาคาร

เมื่อเสร็จสิ้นการตรวจปล่อยสินค้าแล้วก็ถึงขั้นตอนสำคัญ คือการเรียกเก็บและชำระเงินค่า
สินค้า

เอกสารที่ต้องส่งเรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อนั้นกำหนดได้จากเอกสารที่สั่งซื้อเป็นสำคัญ เอกสารที่
จำเป็น คือ

ตั๋วแลกเงิน (Bill of Exchange) เป็นตราสารที่ผู้รับประโยชน์ตาม L/C หรือผู้ขายสินค้า เป็นผู้
ออกตั๋วเงินเพื่อสั่งให้ผู้ซื้อสินค้าจ่ายเงินตามตั๋วแลกเงินภายในเวลาที่ตกลงไว้ในสัญญา

ข้อควรระวังในการส่งเอกสารให้แก่ผู้ซื้อเพื่อเป็นหลักฐานในการเตรียมตัวออกของ หรือ
ติดตามสินค้า ต้องเป็นเอกสารที่ประทับตรา Copy Not Negotiate เพื่อผู้ซื้อจะได้นำไปออกของไม่ได้
จนกว่าการชำระเงินตามตั๋วแลกเงินจะสมบูรณ์ ธนาคารผู้เป็นตัวแทนจึงจะออกเอกสารในการออกของ
ให้แก่ผู้ซื้อ นำไปออกของเพื่อจำหน่ายต่อไปได้และเพื่อเป็นการส่งเสริมการส่งออกอีกทางหนึ่ง กรม
ศุลกากรได้จัดให้มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมการส่งออก โดยดำเนินการมาตรการหลัก ๆ
ดังนี้

1. การคืนอากรวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเพื่อส่งออกตามมาตรา 19 ทวิ
2. การงดเว้นการเก็บอากรสำหรับของที่นำเข้าไปในคลังสินค้าทัณฑ์บน
3. การชดเชยค่าภาษีอากร
4. การยกเว้น ภาษีนำเข้าสำหรับเขตอุตสาหกรรมที่ส่งออก ซึ่งท่านสามารถติดต่อขอรับสิทธิ
ประโยชน์ดังกล่าวได้ที่

กรมศุลกากร

ถนนสุนทรโกษา คลองเตย

กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2249-0431 ถึง 40

และสามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ Web Site : www.customs.go.th

จะเห็นได้ว่าธุรกิจการส่งออกสินค้าสู่ผู้ค้าในต่างประเทศนั้นไม่ใช่เรื่องยากจนเกิน
ความสามารถ เพียงแต่ให้ความสนใจในขั้นตอนการปฏิบัติที่สำคัญต่าง ๆ อย่างจริงจัง มีหูตากว้างไกล
มีความจริงใจกับคู่ค้า ธุรกิจการส่งออกก็จะเป็นทางเลือกที่ดีแก่การทำธุรกิจได้ แต่ในการทำธุรกิจต่าง
ๆ ก็เชื่อว่าประสบความสำเร็จในระยะเวลาอันสั้นได้ ฉะนั้น เมื่อมีปัญหาหรือข้อขัดข้องสิ่งใดในการ
ประกอบธุรกิจส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ยินดีเป็นที่ปรึกษาและร่วมเดินไป
ในตลาดโลกด้วยเสมอ

กรมส่งเสริมการส่งออก

22/77 ถ. รัชดาภิเษก จตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทร. 0-2511-5066 ต่อ 286-288

สายด่วนผู้ส่งออก โทร. 1169 , 0-2512-5151 , 0-2511-5502

Web Site : www.depthai.go.th และ www.thaitrade.com

เอกสารอ้างอิง :

เอกสารวิชาการส่งออก ชุดที่ 1 พัฒนาความรู้สู่ตลาดโลก เรื่องที่ 1 ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจ
ส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก

เอกสารความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการส่งออก กองแนะนำการค้า กรมส่งเสริมการส่งออก

เอกสารความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก ส่วนเทคโนโลยีฝึกอบรม สถาบันฝึกอบรมการค้า
ระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก