

ขั้นตอนการส่งออกประกอบด้วย

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

เมื่อท่านตั้งใจจะดำเนินธุรกิจการค้าแล้ว ไม่ว่าจะ เป็นภายในประเทศหรือส่งออกสู่ต่างประเทศ จะต้องสร้างความมั่นใจแก่คู่ค้าของท่าน โดยแสดงวัตถุประสงค์ชัดเจนว่าท่านจะทำการค้าสินค้าลักษณะใด โดยทำการจดทะเบียนธุรกิจ เมื่อจดทะเบียนธุรกิจแล้ว ก็ต้องติดต่อกรมสรรพากรเพื่อขอมิเลข และบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร หากมีรายรับจากการขายสินค้า หรือให้บริการเกินกว่า 1.2 ล้านบาทต่อปี ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่มีผู้ประกอบการบางประเภท ที่ไม่ต้องจดทะเบียน หรือได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม เช่น การส่งออกของผู้ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมส่งออกตามกฎหมายว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จะได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามกฎหมาย แต่ก็สามารถขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ เป็นต้น

อันดับแรกของการประกอบธุรกิจส่งออก ผู้ประกอบการต้องเข้าใจถึงลักษณะการส่งออกของประเทศไทยก่อน ซึ่งประเทศเราเป็นประเทศกำลังพัฒนาและมีเสรีทางการค้า ฉะนั้น ในสินค้าบางตัวก็เป็นสินค้าที่มีความสำคัญและอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจแก่ประชาชน ดังนั้น ผู้ที่จะประกอบธุรกิจส่งออก จึงจำเป็นต้องศึกษากฎเกณฑ์ และระเบียบอันเกี่ยวข้องกับ การส่งออก โดยเฉพาะกฎหมายเกี่ยวกับศุลกากร กฎหมายพิกัดอัตราอากรขาเข้าขาออกของสินค้าที่ได้รับการยกเว้นอากร กฎหมายควบคุมสินค้าขาออก ทั้งนี้ เพื่อให้มีความเข้าใจอย่างถูกต้องตรงกัน

ดังนั้น รัฐบาลจึงได้กำหนดการส่งออกสินค้าตามกลุ่มของสินค้าเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. สินค้ามาตรการ ที่กำหนดมี 12 ชนิด ได้แก่ ปอฝอก ข้าวโพด เมล็ดละหุ่ง ทุเรียน ไม้สักแปรรูป ข้าวฟ่าง ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ถั่วเขียว ปลาป่น ถั่วเขียวผิวดำ แป้งมันสำปะหลัง ข้าวหอมมะลิไทย

การส่งออกสินค้าในกลุ่มนี้ ผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ทำการค้าขาออก ซึ่งสินค้ามาตรฐานและต้องได้รับใบรับรองมาตรฐานสินค้าจาก

- สำนักงานมาตรฐานสินค้า
- สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

เพื่อนำไปแสดงต่อกรมศุลกากร จึงจะได้รับการตรวจปล่อยสินค้าออกไปได้ ในเรื่องนี้สามารถติดต่อขอรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่

- กองตรวจสอบและมาตรฐานสินค้า

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

โทร. 02-5474746

2. สินค้าควบคุม เป็นสินค้าที่มีมาตรการจัดระเบียบการส่งออก เป็นสินค้า ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคง ความสงบ และความเรียบร้อยภายในประเทศ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ สินค้าประเภทนี้ ได้แก่ สินค้าเกษตรกรรม

- ข้าวเปลือก ข้าวกล้อง ข้าวสาร ข้าวเหนียว - สัตว์ป่า (นก) 20 ชนิด

- ข้าวภายใต้โควต่าภาษีของสหภาพยุโรป - สัตว์ป่า (29 ชนิด)

- เมล็ดปอ - สัตว์ป่า (22 ชนิด)

- ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง - สัตว์ป่า (29 ชนิด)

- สินค้ากาแฟ - ชากสัตว์ป่า (38 ชนิด)

- ผลิตภัณฑ์กาแฟ - ชากสัตว์ป่า (29 ชนิด)

- กากถั่ว - ชากสัตว์ป่า (29 ชนิด)

- ไม้และไม้แปรรูป - ชากสัตว์ป่า (195 ชนิด)

- ไม้ยางพารา - ชากเต่า

- หวาย - ปะการัง

- ถ่านไม้ - เต่าจิ้งกร

- ช้าง ม้า ลา ล่อ - กุ้งกุลาดำมีชีวิต

- โค กระบือ - ปลาทะเลสวยงามที่มีชีวิต

- กระแต - สัตว์น้ำใกล้สูญพันธุ์

- สัตว์ป่า (177 ชนิด) - หอยมุกและผลิตภัณฑ์

สินค้าอุตสาหกรรม

- น้ำตาล - พระพุทธรูป

- ถ่านหิน - น้ำมันเชื้อเพลิงและผลิตภัณฑ์
- ปิ๊ยะ ของน้ำมันเชื้อเพลิง
- ทองคำ - แร่ที่มีทรายเป็นส่วนประกอบ
- เทวรูป - สินค้ารี-เอ็กซ์พอร์ต

การส่งออกสินค้าเหล่านี้ จะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเสียก่อน จึงจะทำการส่งออกได้

- 1) จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก ได้แก่ กาแฟ ข้าว ทุเรียน ปลายทางบรรจุภาชนะอัดลม กุ้ง ปลาหมึกแช่เย็นแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ ลำไยสด สิ่งทอ ดอกกล้วยไม้ ผลิตภัณฑ์- มันสำปะหลัง
- 2) ขอบใบอนุญาตส่งออก ได้แก่ กากถั่วเหลือง (ในหลักการไม่อนุญาตให้ส่งออก) กาแฟ กุ้งกุลาดำ ข้าว ช้าง ชากเต่าบางชนิด ชากสัตว์บางชนิด สินค้า RE-EXPORT ถ่านไม้ ถ่านหิน ทองคำ น้ำมันเชื้อเพลิง ปิ๊ยะ ผลิตภัณฑ์หอยมุก พระพุทธรูป ไม้และไม้แปรรูป (เฉพาะไม้ยางพารา ไม้สน และไม้ยูคาลิปตัส) แร่ที่มีทราย สัตว์ป่าบางชนิด หอยมุก ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง
- 3) ขอรับการจัดสรรปริมาณ (โควตา) การส่งออก ได้แก่ ข้าว สิ่งทอ
- 4) ห้ามส่งออก/ในหลักการไม่อนุญาตให้ส่งออก ได้แก่ กระแต กากถั่ว เต่าจิ้งกร ทราย ปลาทะเลสวยงาม ปะการัง ม้า ลา ล่อ เมล็ดปอ สัตว์น้ำ 258 ชนิด สินค้าปลอม สินค้าลิขสิทธิ์ หวาย การส่งออกไปยัง 3 ประเทศที่กล่าวข้างต้น

3.สินค้าเสรี (ทั่วไป) ไม่มีกฎเกณฑ์ใดเป็นข้อห้าม จึงส่งออกได้ตามปกติ สินค้ากลุ่มนี้มีมากมาย ผู้ส่งออกสามารถเลือกทำการค้าได้โดยเสรี

เมื่อทราบประเภทของกลุ่มสินค้า และรู้แล้วว่าเป็นสินค้าประเภทใด ก็มาถึงขั้นตอนไปในการขายสินค้าส่งออก คือ การหาลูกค้าซึ่งก็มีหลายวิธี เช่น ลงโฆษณาในสื่อต่างๆ ในประเทศของผู้ซื้อ หรือสื่อทางการค้าของหน่วยงานด้านการค้าของไทย ได้แก่ Export Directory ซึ่งจะจัดพิมพ์รายชื่อผู้ผลิต-ส่งออกสินค้าแยกเป็นชนิดสินค้าการส่ง Direct Mail ไปยังผู้นำเข้าในประเทศเป้าหมาย การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

เมื่อผู้ซื้อในต่างประเทศได้รู้จักสินค้าและให้ความสนใจก็จะมีการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ในเรื่องราคา ปริมาณ หรือเงื่อนไขอื่นๆ ผู้ขายสินค้าก็ต้องยื่นข้อเสนอราคาที่เหมาะสมและกำหนดเวลาในการจัดส่ง หรือรายละเอียดอื่นตามที่ผู้ซื้อต้องการทราบ หากผู้ซื้อพอใจในสินค้าและราคาแล้ว จึงจะเกิดการสั่งซื้อ 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 โดยให้ผู้ขายติดต่อกลับ เพื่อนำหลักฐานตามที่ตกลงใน L/C ไปเตรียมการจัดส่งสินค้าตามข้อตกลงที่ผู้ซื้อ กำหนดมาใน L/C หากมีข้อความใน L/C ไม่ชัดเจน ควรปรึกษากับธนาคารผู้รับใบสั่งซื้อ L/C ให้ชัดเจนเสียก่อนที่จะนำไปดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

ในกรณีที่ผู้ขายเป็นผู้ผลิตสินค้าเอง ต้องเตรียมการผลิตสินค้าให้พร้อมเสร็จสิ้นก่อนกำหนดส่งสินค้า หากผู้ขายไม่ได้ผลิตเอง ก็จะต้องทำสัญญากับผู้ผลิตให้กำหนดการส่งมอบสินค้า ตามเวลาที่กำหนดก่อนการจัดส่งให้ผู้ซื้อ จากนั้นทำการทดสอบคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามข้อตกลงที่ได้ให้กับผู้ซื้อไว้ และตรวจสอบกำหนดการในการขนส่งสินค้าว่า ตารางการเดินทาง หรือเที่ยวบินในช่วงที่ต้องการส่งสินค้ามีตามต้องการหรือไม่ ควรจองระวางบรรทุกสินค้าไว้ล่วงหน้า เพื่อความสะดวกแก่ผู้ทำการขนส่ง ซึ่งจะได้จัดเตรียมระวางบรรทุกในเที่ยว ที่ต้องการได้ถูกต้องครบถ้วน

ต่อมาที่จัดทำใบกำกับสินค้า หรือ บัญชีราคาสินค้า (Invoice) เพราะต้องนำไปใช้ทั้งก่อนการส่งออก และหลังการส่งออก เช่น ขออนุญาตสินค้าที่ควบคุมต้องปฏิบัติล่วงหน้าเพื่อความถูกต้อง การจัดทำใบรายการบรรจุหีบห่อ (Packing List) จะต้องจัดทำเมื่อทราบขนาดของหีบห่อที่ใช้บรรจุสินค้า หรืออาจจัดทำก่อนยื่นเอกสารผ่านพิธีการศุลกากร การขออนุญาตสินค้าควบคุม สินค้ามาตรฐานและการรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร ซึ่งได้กล่าวแล้วข้างต้น นอกจากนี้ อาจต้องขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (C/O หรือ Certificate of Origin) ตามข้อกำหนดของประเทศผู้ซื้อ หนังสือรับรองนี้ มี 2 แบบ

แบบที่ 1 เป็นหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดทั่วไปที่ออกให้กับประเทศผู้ซื้อ เพื่อยืนยันว่าสินค้านั้นผลิตขึ้นในประเทศที่ส่งออกจริง ผู้ออกให้มี

- กองสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

แบบที่ 2 เป็นหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าที่ออกให้กับประเทศผู้ซื้อตามข้อตกลงว่าด้วยการใช้สิทธิพิเศษต่างๆ

- สิทธิพิเศษทางด้านภาษีศุลกากร GSP เรียกว่า หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form A
- สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ AFTA/CEPT เรียกว่า หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า FORM D
- สิทธิประโยชน์ทางการค้า GSTP เรียกว่า หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า FORM GSTP

แบบที่ 2 นี้ จะออกโดย กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เท่านั้น

เอกสารประกอบอื่นๆ ตามความต้องการของผู้ซื้อ เช่น เอกสารประกันภัย และเอกสารรับรองต่างๆ ซึ่งผู้ส่งออกส่วนใหญ่ มักใช้บริการว่าจ้างผู้แทนออกของ (Shipping) ให้ดำเนินการ ดังนั้น จึงควรแจ้งให้เขาทราบว่าต้องการเอกสารประกอบชนิดใด เพื่อเขาจะได้ปฏิบัติตามความต้องการได้อย่างถูกต้อง

ทั้งนี้ สามารถจะหาข้อมูลได้จาก L/C ที่ได้รับมา ถ้ามีเงื่อนไข อย่ละเลข ที่จะระบุเงื่อนไขลงไปในเอกสารนั้นๆ ให้ครบเอกสารใดที่ผู้ซื้อระบุมา แต่ไม่สามารถหาหน่วยงานใดออกให้ได้ ก็ให้ทำการตกลงกับผู้ซื้อเสียแต่เนิ่นๆ ก่อนที่จะปฏิบัติการส่งมอบสินค้า บัตรลายมือชื่อ บัตรลายมือชื่อมีไว้เพื่อประกอบการติดต่อกับกรมศุลกากรว่าด้วยการนำเข้าและส่งออกทุกเรื่อง เป็นบัตรลายมือชื่อเจ้าของ หรือผู้จัดการและผู้รับมอบอำนาจเพื่อประกอบการ

ยื่นเอกสารในการผ่านพิธีการของกรมศุลกากร โดยยื่นคำร้องต่อฝ่ายทะเบียนผู้ส่งออกและนำเข้า สำนักเลขานุการ กรมศุลกากร หรือที่ด่านศุลกากรที่ราชอาณาจักร

เมื่อเตรียมเอกสารประกอบการส่งออกครบแล้ว และถึงเวลาตามที่ได้สัญญากับผู้ซื้อไว้แล้ว สินค้าพร้อมแล้ว ก็ทำการผ่านพิธีศุลกากร เพื่อทำการตรวจสอบสินค้าว่าตรงกับใบกำกับสินค้า ใบรายการบรรจุหีบห่อ แหล่งกำเนิดสินค้า การชำระภาษีอากร การออกใบขนสินค้า การควบคุม การบรรจุสินค้าเข้าสู่ตู้ขึ้นเรือ หรือขึ้นพาหนะที่ใช้ขนสินค้าส่งออก

จากนั้น นำสินค้าที่จะส่งออกส่งมอบแก่ผู้ทำการขนส่ง ซึ่งได้จองระวางไว้ล่วงหน้าแล้ว และรับใบตราส่งเมื่อส่งมอบสินค้าเรียบร้อยแล้ว ใบตราส่งมี 5 ประเภทด้วยกันซึ่งขึ้นอยู่กับพาหนะที่ท่านใช้ขนส่ง เช่น

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

ผู้ส่งออกจะต้องตรวจสอบใบตราส่งให้ละเอียดตามเงื่อนไข อย่าให้ผิดพลาดจากข้อกำหนด ก่อนนำไปยื่นขอขึ้นรับเงินกับธนาคารเมื่อเสร็จสิ้นการตรวจสอบปล่อยสินค้าแล้วก็ถึงขั้นตอนสำคัญ คือ การเรียกเก็บและชำระเงินค่าสินค้า

เอกสารที่ต้องส่งเรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อนั้นกำหนดได้จากเอกสารที่สั่งซื้อเป็นสำคัญ เอกสารที่จำเป็น คือ

ตั๋วแลกเงิน (Bill of Exchange) เป็นตราสารที่ผู้รับประโยชน์ตาม L/C หรือผู้ขายสินค้า เป็นผู้ออกตั๋วเงินเพื่อสั่งให้ผู้ซื้อสินค้าจ่ายเงินตามตั๋วแลกเงินภายในเวลาที่ตกลงไว้ในสัญญา

ข้อควรระวังในการส่งเอกสารให้แก่ผู้ซื้อเพื่อเป็นหลักฐานในการเตรียมตัวออกของ หรือติดตามสินค้า ต้องเป็นเอกสารที่ประทับตรา Copy Not Negotiate เพื่อผู้ซื้อจะได้นำไปออกของไม่ได้จนกว่าการชำระเงินตามตั๋วแลกเงินจะสมบูรณ์ ธนาคารผู้เป็นตัวแทนจึงจะออกเอกสารในการออกของให้แก่ผู้ซื้อ นำไปออกของเพื่อจำหน่ายต่อไปได้ และเพื่อเป็นการส่งเสริมการส่งออกอีกทางหนึ่ง กรมศุลกากรได้จัดให้มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมการส่งออก โดยดำเนินการมาตรการหลักๆ ดังนี้

- 1) การคืนอากรวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเพื่อส่งออกตามมาตรา 19 ทวิ
- 2) การงดเว้นการเก็บอากรสำหรับของที่นำเข้ามาในคลังสินค้าทัณฑ์บน
- 3) การลดหย่อนค่าภาษีอากร

การยกเว้น ภาษีนำเข้าสำหรับเขตอุตสาหกรรมส่งออก

จะเห็นได้ว่าธุรกิจการส่งออกสินค้าสู่ผู้ค้าในต่างประเทศนั้น ไม่ใช่เรื่องยาก จนเกินความสามารถ เพียงแต่ให้ความสนใจในขั้นตอนการปฏิบัติที่สำคัญต่างๆ อย่างจริงจัง มีเหตุท้าวางไกล มีความจริงใจกับคู่ค้า ธุรกิจการส่งออกก็จะ เป็นทางเลือกที่ดีแก่การทำธุรกิจได้ แต่ในการทำธุรกิจต่างๆ ก็ไม่ว่าจะประสบความสำเร็จในระยะเวลานานสั้นได้

ฉะนั้น เมื่อท่านมีปัญหา หรือขัดข้องสิ่งใดในการประกอบธุรกิจส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ยินดีเป็นที่ปรึกษาและร่วมเดินทางไปในตลาดโลกด้วยเสมอ

นักธุรกิจส่งออก...จะต้องทำอย่างไรบ้าง ?

การจดทะเบียนนิติบุคคล

การทำธุรกิจส่งออกหรือประกอบธุรกิจใดๆก็ตามเพื่อความถูกต้องน่าเชื่อถือ

รวมถึงภาพลักษณ์ สถานะ หน้าที่และความรับผิดชอบ ภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย ควรเริ่มต้นด้วยการจดทะเบียนพาณิชย์เสียก่อน ซึ่งการจดทะเบียนมี 2 รูปแบบ คือ

- 1) การจดทะเบียนพาณิชย์บุคคลธรรมดา คือ มีเจ้าของเป็นบุคคลธรรมดา เพียงคนเดียว
- 2) การจดทะเบียนพาณิชย์เป็นนิติบุคคลซึ่งจำแนกออกเป็น 3 แบบคือ

- บริษัทจำกัด
- บริษัทมหาชนจำกัด
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ที่สำคัญคือ ถ้าจะประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการนำเข้า หรือส่งออก จดทะเบียนพาณิชย์ไปเลยดีกว่า เพราะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

ผู้ประกอบการที่มีรายได้เกิน 1,200,000/ปี จะต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ถ้ารายได้ไม่ถึงก็ไม่จำเป็นต้องจด (ผู้ประกอบการที่มีรายรับเกิน 1,200,000/ปี บาท ให้ยื่นคำขอจดทะเบียนภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่มียาได้เกิน 1,200,000 บาท)

การทำบัตรผ่าน พิธีการศุลกากร (Smart Card)

บัตรใบนี้ผู้ประกอบการทำธุรกิจการนำเข้าและส่งออกทุกท่าน จะต้องต้องมีไว้ เพราะบัตรนี้เปรียบเสมือนบัตรประชาชนในการทำธุรกิจระหว่างประเทศเลยก็ได้ เพียงแต่บัตรนี้ใช้สำหรับการนำเข้าส่งออกสินค้า บัตรนี้จะบันทึกข้อมูลพื้นฐานของท่านทั้งหมด

ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกในการตรวจสอบรายละเอียดในการดำเนินงานตามขั้นตอนต่างๆ ในการผ่านพิธีการศุลกากร เพื่อที่จะได้ไม่ต้องเสียเวลาตรวจสอบ

วิธีการตลาด

- 1) Connection Marketing คือ วิธีการตลาดกับคนรู้จัก คนใกล้ชิดหรือคนที่สนิทกันเป็นอย่างดี ที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพ
- 2) Intertrader Marketing คือ วิธีการตลาด กับนายหน้าหรือ Intertrader (ที่เป็นสมาชิกของกรมส่งเสริมการส่งออก) โดยให้ Intertrader เป็นคนดำเนินการส่งออก หรือว่าทำการตลาดให้ ทางผู้ประกอบการมีหน้าที่เป็นฝ่ายผลิตอย่างเดียว

3) Internet Marketing หรือว่า E-Commerce คือวิธีการทำตลาดทาง Internet โดยจะเป็นค้าขายทาง Internet หรือทาง Website

4) Exhibition Marketing คือ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้ากับทางกรมฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะทำให้เจอกับลูกค้าโดยตรงเป็นการเจรจาการค้าโดยตรงระหว่างผู้ส่งออกกับผู้นำเข้าในต่างประเทศ

5) Trade Mission Marketing คือการทำตลาดเชิงรุก โดยการจัด Road Show โดยสำนักปฏิบัติการพิเศษ (STF) ได้นำผู้ประกอบการในเมืองไทย ไปเจรจาการค้ากับผู้ซื้อในต่างประเทศ

การศึกษาวิธีการชำระเงินระหว่างประเทศ

วิธีชำระเงินระหว่างประเทศ ที่นิยมใช้กันจำแนกได้ 4 รูปแบบ มีดังนี้

1) การชำระเงินด้วยเงินสด หรือ การชำระเงินล่วงหน้า (Cash or Advance Payment)

คือการที่ผู้ซื้อสินค้าชำระค่าสินค้าแก่ผู้ขายด้วยเงินสดก่อนการส่งมอบสินค้า ส่วนมากการชำระเงินค่าสินค้าจะทำการในประเทศของผู้ขาย การซื้อขายด้วยวิธีนี้ผู้ซื้อสินค้าย่อมจะเป็นฝ่ายเสียเปรียบเพราะว่าผู้ซื้อยอมให้ผู้ขายส่งสินค้าไปภายหลัง

2) ชำระ โดยเปิดบัญชีขายเชื่อ (Open Account) คือการที่ผู้ขายสินค้าและผู้ซื้อสินค้าตกลงซื้อขายสินค้ากัน โดยตรง โดยที่ผู้ขายสินค้าจะส่งสินค้าไปให้ผู้ซื้อก่อน เมื่อผู้ซื้อได้รับสินค้าแล้วจึงไปติดต่อกับธนาคาร เพื่อโอนเงินค่าสินค้าให้แก่ผู้ขาย ตามระยะเวลาที่กำหนด ตามแต่จะตกลงกันแล้ว ซึ่งจะเป็นการโอนโดยทางตัวเงินหรือตราพท์ การซื้อขายด้วยวิธีนี้ผู้ขายเป็นฝ่ายเสียเปรียบเพราะไม่มีหลักประกันว่าผู้ซื้อจะชำระค่าสินค้าให้แก่ผู้ขาย ธนาคารจะเข้ามาเกี่ยวข้องเมื่อมีการโอนเงินค่าสินค้าเท่านั้น

3) การชำระเงิน โดยเรียกเก็บเงินผ่านธนาคาร (Bill for Collection) คือการเรียกเก็บเงินค่าสินค้าผ่านธนาคารซึ่งธนาคารผู้เรียกเก็บจะปฏิบัติตามคำสั่งของลูกค้าอย่างเคร่งครัด ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

1. D/P (Document Against Payment) คือการที่ ผู้ขายส่งเอกสารการเก็บเงิน ไปยังผู้ขาย โดยผ่านธนาคารที่เป็นตัวแทนของทั้งสองฝ่าย ก่อนที่จะส่งมอบสินค้า

2. D/A (Document Against Acceptance) คือ การที่ผู้ขายส่งเอกสารการเก็บเงิน ไปยังผู้ขาย โดยผ่านธนาคารที่เป็นตัวแทนของทั้งสองฝ่าย เพื่อนำสินค้าไป แล้วจะจ่ายเงินตามที่ตกลง เช่น 60 วัน หรือ 30 วัน ลักษณะการจ่ายเงินแบบนี้ จะเรียกอีกรูปแบบหนึ่งคือ Credit

4) การชำระเงินโดยเลตเตอร์ออฟเครดิต (Documentary Letter of credit) คือ การชำระค่าสินค้าด้วย Letter of credit นั้นหรือที่เรียกกันย่อ ๆ ว่า L/C เป็นการชำระค่าสินค้าผ่านธนาคารวิธีหนึ่ง ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ที่เป็นวิธีเดียวที่พอจะมีหลักประกันได้ว่า ผู้ขายสินค้าจะได้รับเงินค่าสินค้าเมื่อได้มอบสินค้าลงเรือ และผู้ซื้อจะได้รับสินค้าเมื่อจ่ายเงินแล้ว

ศึกษากฎระเบียบของสินค้าและสิทธิพิเศษทางภาษี

ขั้นตอนนี้เริ่มต้นด้วย การศึกษากฎระเบียบของสินค้า ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- 1) ผู้ส่งออกต้องศึกษาก่อนว่า สินค้าที่จะทำการส่งออก อยู่ในประเภทใด ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 หมวด คือ
 - หมวดสินค้าทั่วไป (สินค้าทั่วไปไม่ต้องขออนุญาตส่งออก)
 - หมวดสินค้าควบคุม (ผู้ส่งออกต้องขออนุญาต หรือ ขอโควต้า)
 - หมวดสินค้านำมาตรฐาน(จะต้องยื่นขอจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกสินค้านำมาตรฐาน 11 ชนิด)

ถ้าสินค้าของผู้ประกอบการอยู่ในหมวด สินค้าควบคุม และสินค้านำมาตรฐาน จะต้องขออนุญาต จากกรมการค้าต่างประเทศ

2) เมื่อทราบแล้วว่า สินค้าที่ท่านจะส่งอยู่ในหมวดสินค้าประเภทใด ต่อมา ที่ต้องศึกษาคือ ขั้นตอนการส่งออก ซึ่งผู้ประกอบการต้องศึกษาว่าขั้นตอนการส่งออกสินค้าของเรามีขั้นตอนอะไรบ้าง ซึ่งขั้นตอนการส่งออกทั้งหมด มี 171 ขั้นตอน เพราะฉะนั้นท่านต้องศึกษาว่าสินค้าของท่านอยู่ในขั้นตอนไหน ซึ่งขั้นตอนการส่งออกสอบถามได้ที่ ศูนย์ให้คำปรึกษารัฐกิจระหว่างประเทศ หรือ IBCC

3) ศึกษาเรื่องมาตรฐาน หรือกฎระเบียบการนำเข้า จากต่างประเทศ หรือประเทศที่เราจะทำการส่งออก ว่าจะต้องขอเอกสารอะไรบ้าง เพราะกฎระเบียบในการนำเข้ามีความแตกต่างกัน เพราะฉะนั้น จุดนี้สำคัญ ผู้ส่งออกทุกท่านต้องศึกษารายละเอียดให้ถี่ สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ กรมการค้าต่างประเทศ 1385 หรือ Thai Trade Center 53 ประเทศ 58 สำนักงานทั่วโลก

ขั้นตอนต่อมาศึกษา เรื่อง สิทธิพิเศษทางภาษี คือ ผู้ส่งออกต้องศึกษาและตรวจสอบสิทธิพิเศษทางภาษี ว่าถ้ามีการส่งสินค้าไปยังประเทศคู่ค้า จะมีสิทธิพิเศษทางภาษีอะไรบ้าง เช่น FTA , GSP, CEPT ,GSTP เป็นต้น เป็นเรื่องที่สำคัญเพราะจะทำให้ทราบได้ว่าทราบสินค้าที่เราส่งออกไป มีสิทธิพิเศษอะไรบ้าง สามารถลดหย่อนภาษีได้หรือเปล่า ซึ่งจะทำให้เราสามารถแข่งขันทางด้านราคาได้ดีในตลาดต่างประเทศ สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ กรมการค้าต่างประเทศ

ศึกษาพิธีการศุลกากร

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ หรือ ผู้ซื้อของเรา ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่ต้องศึกษาถึงกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติที่กรมศุลกากรกำหนด แล้วทำความเข้าใจเอกสารที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดครบถ้วนท่านก็สามารถผ่านขั้นตอนนี้ไปได้อย่างรวดเร็ว และไม่มีปัญหา

สรุปขั้นตอนการส่งออก

ขั้นตอนการส่งออก ทั้งหมดมี 7 ขั้นตอน คือ

- 1) การจดทะเบียนธุรกิจ
- 2) การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม
- 3) การทำบัตร Smart Card
- 4) การหาตลาด
- 5) การศึกษาเรื่องการค้าการเงิน

6) การศึกษาภาวะเปรียบเทียบของสินค้าและสิทธิพิเศษทางภาษี

7) พิธีการศุลกากร

ทั้งหมดที่กล่าวไป ไม่ใช่เรื่องยุ่งยากเลยในการทำธุรกิจส่งออก ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการว่า มีความตั้งใจ และศึกษารายละเอียดในแต่ละขั้นตอนมากน้อยแค่ไหน การทำธุรกิจส่งออกไม่ว่าจะประสบความสำเร็จในระยะสั้น ต้องใช้เวลาและองค์ประกอบหลายๆอย่าง แต่อย่างไรก็ตาม ความมุ่งมั่น และการศึกษาขั้นตอนการส่งออกอย่างละเอียด จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจส่งออกได้

การประกอบธุรกิจส่งออก

มีสิ่งที่สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเบื้องต้น ได้แก่ ความพร้อมในการ

จัดการของผู้ส่งออก สินค้า ตลาด การทำสัญญา การชำระเงิน และพิธีการส่งออก โดยผู้ประกอบการที่จะเข้าสู่ธุรกิจส่งออก ควรพิจารณาที่ตลาดหรือสินค้าก่อน ส่วนผู้ส่งออกที่เป็นผู้ผลิตและมีสินค้าพร้อมอยู่แล้ว ก็จะพิจารณาในส่วนของการมุ่งหาตลาดที่เหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตโดยไม่ต้องพิจารณาเลือกสินค้าอีก แล้วจึงมาพิจารณาเกี่ยวกับการทำสัญญา การชำระเงิน และพิธีการทางศุลกากร

1. การจัดการ

ผู้ส่งออกจะต้องมีความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้านเงินทุน โดยพิจารณาว่าต้นทุนของเงินทุนที่ธุรกิจใช้สูงมากน้อยเพียงไรสามารถแบกภาระได้มากน้อยแค่ไหน โดยเมื่อเปรียบเทียบแล้วคุ้มกับการลงทุนหรือไม่

1.2 ด้านสถานที่ดำเนินการ เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับสำ นักงานเครื่องมือ อุปกรณ์ตลอดจนการกำหนดแนวทางว่าจะดำเนินธุรกิจประเภทใด คือเป็นการกำหนดประเภทและเป้าหมายของกิจการให้ชัดเจน

1.3 ด้านบุคลากร กิจการต้องมีพนักงานที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่ง และมีจำนวนที่เพียงพอกับปริมาณของงาน

1.4 การสร้างความเชื่อถือ และทำความรู้จักลูกค้า นับว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากประเด็นหนึ่ง เพราะการดำเนินธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้จัก และความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ เพราะการที่ผู้ซื้อเชื่อถือในกิจการแล้ว ความร่วมมือกันในการทำ ธุรกิจก็จะดีขึ้นด้วย

1.5 ประเมินกำลังผลิต และความสามารถในการส่งออก ควรจะพิจารณาสินค้าก่อน ประเมินว่าสินค้าใดเป็นสินค้าที่กิจการสามารถส่งออกได้ โดยประเมินกำลังการผลิตโดยรวมของกิจการ หากเกิดการสั่งซื้อที่มากกว่ากำลังผลิตแล้ว ไม่สามารถผลิตได้ หรืออาจผลิตได้แต่คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ก็จะทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิเสธการยอมรับของลูกค้าได้

2. การเลือกสินค้าและการผลิต

2.1 ผู้ส่งออกมีความสนใจสินค้าชนิดใดเป็นพิเศษหรือไม่ในการเลือกสินค้าของผู้ส่งออกรายใหม่ควรทดลองกับสินค้าที่ไม่มากชนิดก่อน โดยพยายามเน้นและศึกษาถึงเรื่องต่างๆ ของสินค้า ทั้งในด้านกฎระเบียบข้อจำกัด การกำหนดโควตา หรือการคุ้มครองในประเทศผู้นำ เข้าให้ละเอียดก่อน

2.2 สินค้านั้นสามารถผลิตเองได้ หรือต้องซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น หรือเป็นการจ้างผลิตถ้าเป็นการจ้างผลิต ผู้ส่งออกต้องรู้แหล่งผลิต และอาจจะกระจายการผลิตไปยังผู้ผลิตหลายราย เพื่อว่าถ้ามีคำสั่งซื้อเข้ามาจากผู้ผลิตรายเดียว อาจไม่สามารถผลิตได้ทัน ขณะเดียวกันจะเป็นการเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตได้อีกทางหนึ่งด้วย

2.3 ผู้ส่งออกต้องรู้สภาพปัญหาการผลิต การจัดจำหน่าย และการส่งออกผู้ส่งออกจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย วิธีการและเอกสารที่ใช้ในการส่งออก เพราะสินค้าแต่ละชนิดจะมีข้อกำหนดและการควบคุมที่แตกต่างกัน

2.4 ผู้ส่งออกควรเข้าใจในหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาเพื่อการส่งออกในการส่งออกต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายและภาวะการแข่งขันในตลาดด้วย แต่โดยปกติแล้วราคาเพื่อส่งออกจะต่ำกว่าราคาที่ขายในประเทศ เพราะเป็นการขายในปริมาณมากถ้าใครโดยรวมก็จะมากขึ้น ขณะเดียวกันก็จะได้สิทธิพิเศษจากรัฐด้วย เช่น การยกเว้นภาษีการค้า ซึ่งสามารถนำ มาหักจากต้นทุนสินค้าได้ และการเสนอราคาในการส่งออกส่วนใหญ่จะคิดเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ และต้องระบุเงื่อนไขหรือ Term ของการเสนอราคา(Quotation Term หรือ Inco Term) ด้วยทุกครั้ง วิธีที่นิยมใช้ได้แก่

F.O.B (Free on Board) เป็นราคาที่รวมค่าใช้จ่ายทุกชนิดจนถึงสินค้าขึ้นเรือ หรือเครื่องบินแต่ไม่รวมค่าระวาง และค่าประกันสินค้า โดยค่าใช้จ่าย 2 ประเภทหลัง ผู้ซื้อจะต้องเป็นผู้ซื้อเอง

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

CIF (Cost, Insurance and Freight) คือราคา CFR รวมค่าพรีเมียมการประกันสินค้า

2.5 ผู้ส่งออกควรมีมาตรการในการควบคุมคุณภาพสินค้าผู้ส่งออกจะต้องควบคุมสินค้าให้มีความสม่ำเสมอในด้านคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อ และเป็นที่ยอมรับของตลาด

2.6 ผู้ส่งออกต้องมีความพร้อมในการออกแบบสินค้า หรือปรับปรุงสินค้าให้เหมาะสมกับผู้ซื้อเนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละตลาดย่อมมีรสนิยมและความต้องการที่แตกต่างกัน การพัฒนาการออกแบบสินค้า จะช่วยให้สามารถปรับให้สินค้ามีความเหมาะสมกับตลาดได้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น

ในการเลือกตลาดผู้ส่งออกควรมีความรู้ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

Market Size ควรทราบขนาดของตลาดที่ต้องการส่งสินค้าไปขาย โดยพิจารณาจาก Population และ Purchasing Power

Political Economic Stability พิจารณาด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศที่จะส่ง สินค้าไปขายว่ามีความมั่นคงมากน้อยเพียงใด

Growth Trend เป็นการพิจารณาด้านแนวโน้มการขยายตัวของการนำเข้า โดยศึกษาได้จาก ข้อมูลทางสถิติต่างๆ ย้อนหลังประมาณ 3-5 ปี คู่แข่งขัน คู่แข่งขันที่สำคัญส่วนแบ่งตลาด และ การส่งเสริมการขายในตลาดนั้นๆ ช่องทางการจัดจำหน่าย การศึกษาผู้ทางการจัดจำหน่ายจะทำให้สามารถเลือกติดต่อกับลูกค้าได้ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ในการตั้งราคาอีกด้วย

Legal Requirement ต้องมีความเข้าใจในกฎระเบียบการนำเข้าว่ามีขั้นตอนหรือข้อจำกัดอะไรบ้าง

อัตราอากรการนำเข้า ผู้ส่งออกจะต้องมีความรู้ในด้านเหล่านี้เพื่อ จะได้เตรียมพร้อมที่จะส่งออก โควตาและใบอนุญาต ไปยังตลาดนั้นๆ ได้อย่างถูกต้องนำเข้า

การขนส่ง ผู้ส่งออกจะต้องศึกษาถึงขั้นตอนและวิธีการส่งออก ตลอดจนค่าระวาง และระยะเวลา ในการขนส่ง เพื่อจะได้กำหนดวันส่งมอบสินค้าได้อย่างถูกต้อง

ข้อกำหนดของประเทศ ผู้ส่งออกจะต้องมีความเข้าใจว่าประเทศผู้นำเข้าเกี่ยวกับสินค้านั้น มีข้อกำหนดอะไรบ้าง เพื่อจะได้เตรียมพร้อมในการแก้ไขปัญหาล่วงหน้า

เทคนิคการประกอบธุรกิจส่งออก

ขอนำเทคนิคดีๆ ที่มีผู้รู้เคยรวบรวมไว้เป็นตำราในการส่งออกสินค้าและ

การประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ แต่ดิฉันจะนำมารวบย่อให้ทุกท่านได้เข้าใจง่ายขึ้น เหตุที่ต้องเน้นเรื่องการส่งออกกัน เพราะว่าอย่างไรเสียประเทศไทยก็เป็นประเทศที่ต้องพึ่งพิงการส่งออกสินค้า (Export oriented) เป็นปัจจัยต้นๆ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น มาดูกันค่ะว่า เทคนิคการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า และการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศให้ไปได้สวยนั้นต้องทำอะไร

นอกจากตัวสินค้า ข้อกำหนดกฎเกณฑ์ทางการค้าระหว่างประเทศ การขนส่งสินค้า และการชำระเงินนั้น การเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ถือเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามค่ะ โดยการเจรจาการค้าระหว่างประเทศนั้น ควรคำนึงถึงหลัก 3 ประการ คือ การสร้างความพอใจซึ่งกันและกัน (Mutual Satisfaction) การแก้ไขข้อขัดแย้ง (Solving Conflicts of Interest) และความยืดหยุ่น (Flexibility) เรามาดูกันในรายละเอียดของหลักสำคัญแต่ละประการกันค่ะ

การสร้าง ความพึงพอใจซึ่งกันและกัน (Mutual Satisfaction) เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับธุรกิจส่งออก หรือที่เรียกกันว่า win - win situation โดยการที่จะได้มาซึ่งสถานการณ์นี้มีปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย ยกตัวอย่างเช่น ตัวสินค้าซึ่งผู้ส่งออกเองก็ต้องมั่นใจในคุณภาพสินค้าของตน ลูกค้านั้นก็ต้องมีความพอใจในสินค้า รวมถึงการตั้งราคาที่เหมาะสมเป็นที่พอใจแก่ทั้งสองฝ่าย

หลักสำคัญที่สอง คือ การแก้ไขความขัดแย้ง (Solving Conflicts of Interest) ในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจระหว่างประเทศนั้น ย่อมสามารถสร้างความขัดแย้งให้เกิดขึ้นได้จากสาเหตุหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการเจรจาต่อรองเรื่องราคา เงื่อนไขการชำระเงิน ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้า การกำหนดสิ่งสินค้าล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งมอบสินค้าที่มีปัญหาแก่ลูกค้า สาเหตุเหล่านี้จำเป็นต้องรีบแก้ไข และใช้กลวิธีหลายประการที่สำคัญที่สุดคือ ต้องทำให้ลูกค้าอารมณ์เย็นลงก่อน ฉะนั้น โดยส่วนใหญ่ก็ใช้หลักที่ว่า จะพยายามทำให้ลูกค้าใจเย็นลงด้วยการใช้เทคนิค "การยอมรับ" และ "การเสนอแนวทางแก้ปัญหา" จำไว้ว่าลูกค้าไม่ต้องการคำอธิบาย แต่ลูกค้าต้องการแนวทางในการแก้ไขและป้องกันเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นได้อีกในอนาคต

หลักสุดท้ายสำหรับการเจรจาการค้า คือ การสร้างความยืดหยุ่น (Flexibility) ในการเจรจาการค้า ให้พึงระลึกไว้เสมอว่า ความยืดหยุ่นจะเป็นผลดีต่อการเจรจาการค้าเสมอ เพราะในการเจรจากับลูกค้านั้น เราไม่สามารถกำหนดแนวทางการเจรจาไว้ล่วงหน้าได้ว่าการเจรจาจะต้องออกมาเป็นรูปแบบใด แต่อย่างไรก็ตาม เราจำเป็นต้องเตรียมข้อมูลและกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้าให้มากที่สุดเท่าที่จะเราจะสามารถคาดคะเนได้ นอกจากนั้น ก็ต้องอาศัยปฏิภาณในระหว่างการเจรจากับลูกค้า ให้เกิดประโยชน์แก่เรามากที่สุด และที่สำคัญคือ เป็นที่พอใจแก่ลูกค้าด้วย ดังนั้น ความยืดหยุ่นจึงเป็นปัจจัยที่จำเป็นในการเจรจาการค้า

ส่วนศิลปะอื่นๆ ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ คือ การประกอบธุรกิจอย่างมีแบบแผน ต้องวางแผนการทำธุรกิจอย่างเป็นกิจลักษณะ ทำการบ้านก่อนเข้าพบลูกค้า เพื่อเตรียมความพร้อมและประเมินสถานการณ์ให้ดี นอกจากนี้ การรู้เขารู้เรา รู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลูกค้าเป็นสิ่งที่จะต้องทำมากอีกเช่นกันสำหรับการเจรจาการค้า เพื่อให้สามารถสร้างแนวทางการเจรจาให้หน้าประทับใจและเป็นที่ยอมรับของลูกค้ามากที่สุด โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรของลูกค้า ลักษณะนิสัยของลูกค้า แนวนโยบายการบริหารของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณส่งออกนั้นมีความเป็นมืออาชีพ และมีหลักการที่ดีทำให้โอกาสสูญเสียลูกค้าแต่ละรายมีน้อย

"อย่าให้ความเครียดมีผลต่อกระบวนการเจรจา" (Don't let stress Impact Your Agenda) ความเครียดระหว่างการเจรจาโดยส่วนใหญ่เกิดจากความไม่มั่นใจ ข้อมูลไม่พร้อม ไม่สามารถแก้ไขข้อโต้แย้งของลูกค้าได้ รวมถึงการเจรจาที่ใช้ระยะเวลาานาน ดังนั้น เมื่อระลึกว่าเกิดความเครียดให้ลองพักตัวเองดูก่อน นอกจากนี้ ผู้ส่งออกควรเน้นข้อเท็จจริงอย่างวางกับดักตัวเอง (Don't trap yourself, Facts only) โดยมีสิ่งต้องห้ามสองประการที่ต้องไม่ให้เกิดขึ้นเด็ดขาด คือ 1) อย่าปิดบังความจริงกับลูกค้า 2) อย่าให้ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบลูกค้ามีอิทธิพลต่อเรา เพราะความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบจะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบจะมีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออก

ทั้งนี้ท้ายไว้สำหรับผู้ส่งออกทุกท่านว่า ท่านต้องหมั่นพัฒนาทักษะการเจรจาอย่างต่อเนื่อง ฝึกสังเกตและบันทึกผลการเจรจาธุรกิจแต่ละครั้ง มีการประเมินผลเพื่อพัฒนาทักษะการเจรจา และกำหนดกลยุทธ์ในการเจรจาในครั้งต่อไปจะทำให้เราได้เปรียบและสามารถดำเนินธุรกิจจนประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี

ส่งออกไม่ไกลเกินเอื้อม

ท่ามกลางการเติบโตอย่างต่อเนื่องของ ธุรกิจเอสเอ็มอี ก็มีเรื่องหนึ่งซึ่งสร้างความหนักใจ

ให้กับผู้ประกอบการหลายราย นั่นคือการตัดสินใจที่จะผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกต่างประเทศ ซึ่งแม้ผู้ประกอบการหลายรายจะสร้างกิจการขึ้นมาจากระดับชุมชน ระดับตำบล แต่ก็ใช้ว่าจะส่งออกไม่ได้

จุดสำคัญอยู่ที่ผู้ประกอบการที่ไม่มีพื้นฐานเรื่องการส่งออกอาจเกิดความลังเลใจจนอาจทำให้โอกาสดี ๆ หลุดลอยไป

วันนี้ลองมาดูเรื่องการเลือกตลาดส่งออก ว่ามีหลักสำคัญอย่างไรบ้างที่ต้องคิด

ข้อมูลเผยแพร่ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือสถาบันพัฒนา SMEs พุฒถึงเรื่องนี้ไว้ว่า

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกตลาดเพื่อการส่งออก ผู้ส่งออกควรมีความรู้ในเรื่องต่อไปนี้

1. ขนาดของตลาด (Market Size) โดยพิจารณาจากความนิยมและกำลังซื้อของลูกค้า
2. ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ-การเมือง ของประเทศคู่ค้า
3. การขยายตัวของ การนำเข้า โดยศึกษาข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ย้อนหลังประมาณ 3-5 ปี
4. คู่แข่งขัน เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนแบ่งตลาด และการส่งเสริมการขายในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศนั้น ๆ
5. ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นช่องทางที่จะทำให้สามารถติดต่อหรือเป็นประโยชน์ในการตั้งราคา
6. กฎระเบียบ ต้องศึกษาขั้นตอน-ระเบียบต่าง ๆ ในการนำสินค้าเข้าไป
7. อัตราอากรการนำเข้า รวมไปถึงเรื่องของ โควตาและใบอนุญาตด้วย
8. การขนส่ง เพื่อกำหนดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าได้อย่างถูกต้อง และ
9. ข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้าเกี่ยวกับสินค้า ผู้ส่งออกจะต้องมีความเข้าใจเพื่อที่จะเตรียมพร้อมในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า

สำหรับวิธีการเลือกตลาด มีหลักการที่ทำได้ 2 วิธีคือ

วิธีที่หนึ่ง การวิจัยบนโต๊ะ เป็นการวิจัยที่ใช้ค่าใช้จ่ายไม่มาก แต่ข้อมูลที่ได้อาจจะไม่ลึกมาก เพราะเป็นการใช้ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ หรือภาคเอกชนที่เปิดบริการให้สืบค้นข้อมูล เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก สภาหอการค้า สำนักงานต่าง ๆ ของประเทศคู่ค้า เป็นต้น ซึ่งจะนำเอาข้อมูลต่าง ๆ อาทิ จำนวนประชากร ภาวะการแข่งขัน หรือกฎระเบียบการนำเข้ามาศึกษาย้อนหลัง 3-5 ปี

วิธีที่สอง การวิจัยโดยออกไปเก็บข้อมูล เป็นการวิจัยที่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง ผู้วิจัยจะต้องมีประสบการณ์และความรู้ การตลาดพอสมควร ซึ่งวิธีนี้แม้จะมีค่าใช้จ่ายสูงแต่โอกาสที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องมีอยู่มาก เพราะจะได้เห็น สภาพที่แท้จริงของตลาดที่คิดจะส่งออก

เหล่านี้คือแนวทางที่จะช่วยให้เห็นภาพการทำตลาดส่งออกได้ชัดเจนขึ้น นอกเหนือจากการต้องเข้าไปขอความรู้ ความเข้าใจจากหน่วยงานที่สนับสนุนด้านการส่งออกเป็นอันดับแรก