

"ส่งออก" ไม่ยากอย่างที่คิด



การ เปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเมื่อปี 2559 เป็นการเปิดโอกาสครั้งใหญ่สำหรับผู้ประกอบการของไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ที่สามารถใช้โอกาสนี้ในการศึกษา และขยายธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนไม่ว่าจะเป็นด้านการส่งออก การนำเข้า รวมถึงใช้กลุ่มประเทศในอาเซียนเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกและใช้ประโยชน์จากค่าแรงราคาถูก และสิทธิทางภาษีในการส่งออกก็ได้

แต่การก้าวไปสู่ธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือการลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียนนั้น จำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาวิธีการ กฎ และกติกา ในการส่งออกของทั้งประเทศไทย และประเทศที่จะทำการค้าด้วยเสียก่อน ซึ่งในการส่งออก นำเข้า และการลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียนนั้น แต่ละธุรกิจมีรายละเอียดค่อนข้างมาก ถึงขนาดเป็นหลักสูตรที่เรียน 4 ปีจบในมหาวิทยาลัยเลยทีเดียว ในบทความนี้จึงให้เป็นการรอบ และแนวคิดสำหรับผู้ประกอบการในการพิจารณาเพื่อให้เห็นโอกาส และตัดสินใจศึกษาเท่านั้น โดยกรอบของข้อมูลจะเน้นที่การส่งออกเป็นหลัก ซึ่งเป็นโอกาสที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด

ความรู้ที่จำเป็นต่อการส่งออก

ในการเตรียมความพร้อมด้านการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนนั้น ผู้ประกอบการมีสิ่งที่จะต้องเตรียมการในหลายด้านทั้งด้านเงินทุน สถานที่ดำเนินการ บุคลากร ความเชื่อถือ และความสามารถในการผลิต นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาในการเลือกสินค้าและการผลิตสินค้า เลือกตลาด รวมถึงระเบียบต่างๆ ในการส่งออกและนำเข้าด้วย ซึ่งในแต่ละหัวข้อนั้นแยกอธิบายเป็นประการหลังๆ ได้ดังนี้

ความคิดที่จะส่งออกไปยังต่างประเทศนั้นอาจจะเกิดขึ้นเพราะผู้ประกอบการเห็นโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้น แต่โอกาสนั้นจะแปลงเป็นความสำเร็จได้จำเป็นจะต้องมีความพร้อมในด้านต่างๆ เป็นองค์ประกอบเสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการไม่ควรจะกระโดดเข้ามาทำธุรกิจ

ส่งออกโดยทันที และควรที่จะมีการทบทวนหลักการ และแนวคิดของธุรกิจให้ครบถ้วนเสียก่อน โดยให้เช็คลิสต์ความพร้อมคร่าวๆ ดังนี้

- > ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการส่งออกและนำเข้า
- > ความรู้ในด้านกฎระเบียบของประเทศที่จะทำการค้าด้วย
- > ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ การค้า และสภาพตลาดของประเทศที่จะทำการค้า

> ความรู้และความพร้อมในการผลิต และการหาสินค้า ความรู้ในด้านต่างๆ ดังที่กล่าวมานั้น สามารถนำมาประมวลผล และวิเคราะห์ถึงความน่าสนใจของธุรกิจ ความพร้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ธุรกิจในการแข่งขันในตลาดส่งออกนั้นได้

ซึ่งก่อนที่จะก้าวไปสู่การเริ่มต้นธุรกิจส่งออกนั้น จำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้อง นำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ผ่าน SWOT Analysis เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของธุรกิจ รวมถึงนำมาเขียนเป็นแผนธุรกิจ เพื่อตรวจสอบ และทบทวนความคิด (Proof of Concept) เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และกำหนดเป็นแนวทางธุรกิจ รวมถึงใช้เป็นแผนธุรกิจเพื่อขอกู้เงินจากสถาบันการเงินได้อีกด้วย

การเตรียมความพร้อมเพื่อการส่งออก

นอกจากความรู้ในด้านต่างๆ ที่มีความจำเป็นในการทำธุรกิจแล้ว ผู้ประกอบการยังจำเป็นจะต้องเตรียมความพร้อมในหลายด้านสำหรับการส่งออก ซึ่งการเตรียมความพร้อมนั้นมีรายละเอียดค่อนข้างมาก แต่สามารถจำแนกกว้างๆ ได้ดังนี้

1. **ความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์** สิ่งสำคัญที่สุดประการแรกคือการพร้อมของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในด้านความพร้อมของผลิตภัณฑ์นั้นสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ส่วน คือ การผลิตสินค้าด้วยตัวเอง และการจ้างผู้ผลิตอื่นดำเนินการ ซึ่งทั้ง 2 แบบมีข้อดี-ข้อเสียที่แตกต่างกัน

การผลิตสินค้าด้วยตัวเองมีข้อดีที่การควบคุมกระบวนการผลิต ปริมาณการผลิต และคุณภาพของสินค้าได้ตามต้องการ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ แต่การผลิตสินค้าด้วยตัวเองนั้น ก็มีข้อเสียที่การลงทุนที่ต้องลงทุนจำนวนมาก โดยเฉพาะถ้าต้องใช้เครื่องจักรในการผลิต หรือต้องใช้แรงงานทักษะในการผลิตเป็นจำนวนมาก

การจ้างผลิตสินค้า ข้อดีของการจ้างผลิตคือความสามารถในการควบคุมเงินลงทุน เพราะไม่ต้องลงทุนในเครื่องจักรเพื่อการผลิต และจ้างผลิตอื่นให้ผลิตสินค้าให้ แต่มีข้อเสียที่ผลิตภัณฑ์จะมีต้นทุนที่สูงขึ้นอีกส่วนหนึ่งดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมั่นใจว่าสินค้าที่จ้างผลิตนั้น มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่เพียงพอ

นอกจากนี้การเตรียมความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์ยังครอบคลุมถึงเรื่องการศึกษาตลาด และความต้องการของตลาดอีกด้วย ผลิตภัณฑ์บางอย่างที่ขายดีในประเทศไทยอาจจะไม่เหมาะสมกับประเทศเพื่อนบ้านก็เป็นได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องออกสำรวจตลาดที่จะส่งออกด้วยตัวเอง จนมั่นใจว่าสินค้านั้นคือสิ่งที่ต้องการจริงๆ

2. ความพร้อมในการเข้าสู่ตลาด เมื่อมีสินค้า และมั่นใจว่าสินค้านั้นเป็นที่ต้องการของตลาด และสามารถผลิตได้เพียงพอแล้ว ประการต่อมาที่มีความสำคัญคือ กระบวนการในการเข้าสู่ตลาด โดยปกติแล้วในการเข้าสู่ตลาดผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาพันธมิตรธุรกิจในการกระจายสินค้าสินค้านั้นๆ การมีพันธมิตรที่ดีจะทำให้การกระจายสินค้าในประเทศเป้าหมายง่ายขึ้น โดยพันธมิตรนั้น จำเป็นจะรู้จักกฎระเบียบของประเทศเป้าหมายเป็นอย่างดี มีความรู้จักตลาด และรู้จักผู้ประกอบการต่างๆ ที่จะรับกระจายสินค้าต่อ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่ผลิตจะได้รับกระจายไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ในการเข้าสู่ตลาดนั้นพันธมิตรจะเป็นหัวใจสำคัญ

แต่หากผู้ประกอบการมีความพร้อมในการกระจายสินค้า และรู้จักตลาดเป้าหมายเป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีความพร้อมด้านเงินทุน การเลือกที่จะตั้งสาขาในประเทศเป้าหมาย เพื่อกระจายสินค้าด้วยตัวเองก็เป็นทางเลือกที่น่าสนใจ เพราะการกระจายสินค้าด้วยตัวเองจะทำให้มั่นใจว่าสินค้านั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามที่ต้องการอย่างแท้จริง อีกทั้งการสร้างช่องทางจำหน่ายเองยังทำให้สามารถเลือกใช้การส่งเสริมการตลาดได้อย่างถูกต้องอีกด้วย แต่นั่นหมายถึงผู้ประกอบการจะต้องมีความพร้อมจริงๆ เท่านั้น

3. ความพร้อมด้านเงินทุน ประการที่สำคัญที่สุดและเป็นจุดอ่อนที่สำคัญของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี คือ เงินทุน แม้แต่การขยายกิจการภายในประเทศ เงินทุนก็ยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม แต่กับการขยายกิจการในต่างประเทศนั้นผู้ประกอบการไม่สามารถคำนวณได้ว่า เงินทุนที่เตรียมไว้

จะเพียงพอหรือไม่ เพราะในการขยายตลาดไปต่างประเทศนั้น ยังมีปัจจัยแวดล้อมสู่ความสำเร็จอีกเป็นจำนวนมากที่นอกเหนือจากการคำนวณ ซึ่งหลายประการจำเป็นจะต้องใช้เงินทุนจำนวนมากในการดำเนินการ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมความพร้อมด้านเงินทุนอย่างพอเพียง และควรเจรจากับสถาบันการเงินไว้แต่เนิ่นๆ เพื่อเกิดความผิดพลาดจะได้มีแหล่งเงินกู้ฉุกเฉินรองรับในการแก้ไขปัญหา ซึ่งโดยปกติแล้วควรมีเงินทุนเตรียมพร้อมไว้มากกว่าที่ประมาณการสัก 1-2 เท่า

4. ความพร้อมด้านบุคลากร การการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ๆ บุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของความสำเร็จ ซึ่งบุคลากรสำหรับการส่งออกใน AEC นั้นมีหลายส่วนทั้งบุคลากรที่เป็นคนไทย บุคลากรที่สื่อสารกับต่างประเทศ และหากจำเป็นจะต้องขยายสาขาในต่างประเทศ การเลือกใช้บุคลากรในพื้นที่ก็เป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งบุคลากรที่พร้อมสำหรับธุรกิจส่งออกนั้นแน่นอนว่า ต้องมีความสามารถสื่อสารได้หลายภาษา ซึ่งปัจจุบันการเรียนรู้ 3 ภาษาเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ภาษาไทยภาษาอังกฤษ และภาษาที่สามของประเทศเป้าหมาย

นอกเหนือจากความรู้ด้านภาษาแล้ว บุคลากรยังต้องมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมการทำธุรกิจของประเทศเป้าหมายด้วย เพื่อให้การติดต่อธุรกิจทำได้ราบรื่น

การเตรียมตัวเพื่อส่งออก

เมื่อผู้ประกอบการพร้อม และศึกษาจนมั่นใจแล้วว่า จะทำธุรกิจส่งออกไปยังกลุ่มประเทศเป้าหมายโดยมีพันธมิตรดำเนินการเป็นที่ชัดเจนแล้ว ขั้นตอนต่อมาที่สำคัญคือ การเตรียมความพร้อมเพื่อส่งออก ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีการดำเนินการควบคู่กับ





พันธมิตรธุรกิจหลายรายอย่างใกล้ชิด เช่น ธนาคาร ตัวแทนนำเข้าส่งออก คู่ค้าในต่างประเทศ รวมถึงการประสานงานกับกรมศุลกากรของไทย และหน่วยงานศุลกากรของประเทศปลายทาง โดยขั้นตอนการส่งออกทั้งหมดสรุปคร่าวๆ ได้ดังนี้

1. ศึกษากฎเกณฑ์ และระเบียบเกี่ยวกับการส่งออก ตรวจสอบสิทธิพิเศษ และสิทธิประโยชน์ก่อนการส่งออกไปประเทศปลายทาง เช่น สิทธิประโยชน์ของสมาคมหรือสถาบัน สิทธิพิเศษทางศุลกากรของประเทศปลายทาง

2. ตรวจสอบกฎหมายสินค้าส่งออกว่า สินค้าที่จะส่งออกอยู่ในกลุ่มสินค้ามาตรฐาน กลุ่มสินค้าควบคุม หรือสินค้าเสรี การตรวจสอบสินค้าจะบ่งชี้ว่าต้องจัดเตรียมเอกสาร และขอเอกสารใดบ้างจากกรมศุลกากร

3. ผู้ขายออกใบเสนอราคา (Quotation) ที่ระบุถึงจำนวนราคา ระยะเวลาเตรียมสินค้า และรายละเอียดอื่นๆ ตามที่ผู้ซื้อต้องการ

4. ผู้ซื้อออกไปสั่งซื้อสินค้า (Purchase Order) ไปยังผู้ขาย

โดยตกลงชำระเงินผ่าน Letter of Credit (L/C)

5. ผู้ขายออกเอกสาร Pro-forma Invoice เพื่อเป็นหลักฐานให้ผู้ซื้อขอเปิด Letter of Credit (L/C) ต่อธนาคารของผู้ซื้อ

6. ผู้ซื้อแจ้งไปยังธนาคาร เพื่อจัดส่ง Letter of Credit (L/C) ส่งมายังธนาคารในประเทศของผู้ขาย

7. ผู้ขายดำเนินการผลิต และจัดหาสินค้าเพื่อส่งมอบตามรายการที่ระบุ

8. ผู้ขายตรวจสอบกำหนดการส่งออก ตารางเดินเรือ และเครื่องบิน

9. ผู้ขายจัดทำเอกสารเพื่อการส่งออก

➢ บัญชีราคาสินค้า (Invoice)

➢ เอกสารขออนุญาตส่งออกกับกรมศุลกากรกรณีเป็นสินค้าควบคุม

➢ จัดทำใบรายการบรรจุหีบห่อ (Packing List)

➢ หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (C/O หรือ Certificate of Origin) ตามข้อกำหนดของประเทศผู้ซื้อ

10. จัดเตรียมใบขนสินค้าขาออก ใบกำกับการขนย้าย การบรรจุสินค้าเข้าตู้ เพื่อผ่านพิธีการศุลกากร

11. ผู้ส่งออกได้รับ และตรวจรับสินค้า

12. ผู้ขายตรวจสอบเอกสารทั้งหมด และนำไปยื่นขอขึ้นรับเงินกับธนาคาร โดยออกตั๋วแลกเงิน (Bill of Exchange) เพื่อส่งให้ผู้ซื้อสินค้าจ่ายเงินตามตั๋วแลกเงินภายในเวลาที่ตกลงไว้ในสัญญา

จะเห็นได้ว่าการส่งออกนั้นมีรายละเอียดที่ต้องดำเนินการค่อนข้างมาก และต้องดำเนินการผ่านธนาคารที่ไว้วางใจที่มีเครือข่ายธนาคารพันธมิตรที่ครอบคลุมประเทศผู้นำเข้า และหากผู้ประกอบการเอสเอ็มอีมีข้อสงสัยสามารถสอบถามเพิ่มเติมจากธนาคาร ซึ่งปัจจุบันมีหน่วยงานที่ช่วยสนับสนุนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีอยู่แล้ว หรืออาจจะติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทโดยตรง เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศก็ได้

ที่มา: ศูนย์ข้อมูล SCB SME