

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บริษัท สุกิจิโรจน์ จำกัด เป็นบริษัทเจ้าแรกและเจ้าเดียวที่มีการนำเข้าสินค้า ประเภทของเล่น ทั้งสินค้าทั่วไปและสินค้าที่จดทะเบียนเป็นลิขสิทธิ์กฎหมายที่กำหนดอย่างถูกต้อง บริษัท สุกิจิโรจน์ จำกัด เป็นธุรกิจนำเข้าสินค้าประเภทของเด็กเล่นจากต่างประเทศ อาทิ จีน ใต้หวัน ฮองกง เพื่อนำมาจำหน่ายในประเทศไทยซึ่งจะมีการกระจายสินค้าประเภทของเล่นออกสู่ตลาดทั่วประเทศ โดยจะแจกกลุ่มเป้าหมายไปที่ ห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ รวมถึงตลาดต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยการนำเข้านั้นทางบริษัทจะมีเอกสารที่สำคัญในการนำเข้า ดังต่อไปนี้

2.1 INVOICE (ใบกำกับสินค้า)

2.2 PACK LIST (ใบกำกับการบรรจุหีบห่อ)

2.3 BILL OF LADING (ใบตราส่งสินค้าทางเรือ)

2.4 CERTIFICATE OF ORIGIN FORM E (หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดแบบ อี)

โดยรายละเอียดของเอกสารแต่ละประเภท จะมีการขยายและอธิบายถึงความหมายของเอกสารต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 INVOICE (ใบกำกับสินค้า)

คือ ใบกำกับสินค้า ฉบับเสนอราคาและเงื่อนไขในการชำระเงินเป็นเอกสารทางการค้า ที่ออกโดยผู้ส่งออก เป็นใบเสนอราคาในรูปแบบ ใบกำกับสินค้า บอกรายละเอียดของสินค้า ราคา จำนวน รวมทั้งวิธีการชำระเงินและการส่งสินค้า ใบ INVOICE ไม่ใช่ใบกำกับสินค้าที่แท้จริง แต่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเจรจาต่อราคา อาจทำได้มากกว่าหนึ่งฉบับก่อนที่จะได้ข้อตกลงทางการค้า

2.2 PACK LIST (ใบกำกับการบรรจุหีบห่อ)

คือ เอกสารที่ผู้ส่งออก (EXPORTER) หรือผู้ขาย (SELLER) จัดทำขึ้นเพื่อแสดงรายละเอียดการบรรจุหีบห่อของสินค้าที่ส่งออก รวมถึงน้ำหนัก และปริมาตร โดยรวมของสินค้าแต่ละรายการด้วย

2.3 BILL OF LADING (ใบตราส่งสินค้าทางเรือ)

คือ เอกสารสัญญาที่ตัวแทนเรือ เจ้าของเรือ หรือผู้ที่ทำการรับขนส่งสินค้า ออกให้แก่ผู้ส่งออก เพื่อแสดงเป็นหลักฐานว่าได้รับมอบสินค้าไว้ เพื่อจะทำการส่งสินค้าให้ จากเมืองท่าหนึ่ง ซึ่งเป็นท่าต้นทาง (PORT OF LOADING) ไปยังอีกเมืองท่าหนึ่งซึ่งเป็นท่าเรือปลายทาง (PORT OF DISCHARGE) ที่ผู้ส่งออกได้กำหนดไว้ ซึ่งเป็นใบตราส่งเอกสารที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

2.4 CERTIFICATE OF ORIGIN FORM E (หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดแบบ อี)

คือ หนังสือรับรองในกรณีที่ ผู้ส่งออกจะกระทำการส่งสินค้าไปยังประเทศจีน ใช้เพื่อขอรับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร สำหรับสินค้าที่ได้รับสิทธิพิเศษตามข้อกำหนดตกลง ว่าด้วยเขตการค้าเสรี (FREE TRADE AREA) หรือ FTA กับประเทศจีน

และในการปฏิบัติงาน นอกจากจะเป็นในเรื่องเอกสารแล้วยังมีระบบในส่วน โปรแกรมบริษัทเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อช่วยในการทำงานที่สะดวก รวดเร็ว และแม่นยำ โดยระบบสามารถตรวจสอบแต่ละคลังสินค้าได้ โดยโปรแกรมของบริษัทมีชื่อว่า บ้านเชียง (BANCHANG) ซึ่งทำในระบบสินค้าคงคลัง โดยทำหน้าที่ตรวจสอบสินค้า ว่าอยู่ตำแหน่งไหน คลังไหน ชั้นไหน ซึ่งวิธีการค้าหาสินค้า จะทำการบันทึกรหัสสินค้าลงในระบบ ระบบก็จะขึ้นพิกัดตำแหน่งของสินค้านั้น

ที่มา : <https://flowaccount.com/blog/?p=341> (สืบค้น : วันที่ 23 ธันวาคม 2559)

ผู้ผลิต หรือ ผู้นำเข้า (Importer) ที่ต้องการใช้ตรา ม.อ.ก ไม่ว่าจะเป็ผลิถภัณฑ์ในหมวดบังคับ หรือไม่บังคับ ต้องศึกษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้เข้าใจ ซึ่งรายการมาตรฐาน ม.อ.ก ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัผลิตภัณฑ์ สามารถดูได้จากเว็บไซต์ของสำนักงานมาตรฐานกระทรวงอุตสาหกรรม www.tisi.go.th และหนังสือมาตรฐาน ม.อ.ก ต่าง ๆ สามารถหาซื้อได้ที่สำนักงานมาตรฐานกระทรวงอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการใช้ตรา ม.อ.ก จะต้องถูกออกแบบให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ผู้ผลิตควรทำการทดสอบเบื้องต้นตามวิธีการมาตรฐาน เมื่อแน่ใจว่าผ่านแล้วจึงดำเนินการ ขอใช้ตรา ม.อ.ก ผู้ผลิตสามารถจัดการทดสอบเบื้องต้นเอง (บุคลากร + เครื่องมือทดสอบ + วิธีการทดสอบพร้อม) หรืออาจใช้บริการหน่วยงานที่ให้บริการทดสอบที่มีความสามารถตามมาตรฐานนั้นๆ (ดูได้จากเว็บไซต์ของสำนักงานมาตรฐานกระทรวงอุตสาหกรรมในหมวดการรับรองห้องปฏิบัติการ www.tisi.go.th)

นอกจากผลิตภัณฑ์ต้องผ่านการทดสอบแล้ว สถานที่ผลิต ขบวนการการผลิต จะต้องถูกตรวจสอบด้วย

ซึ่งจุดประสงค์ของการตรวจสอบ เพื่อตรวจระบบการควบคุมคุณภาพ ซึ่งเริ่มตั้งแต่

1. การตรวจรับวัตถุดิบ ->การจัดเก็บวัตถุดิบ->ขั้นตอนการผลิต->การควบคุมการผลิต->การตรวจคุณภาพในขบวนการผลิต->การตรวจคุณภาพก่อนการส่งมอบ->การบรรจุภัณฑ์

2. การอบรมบุคลากร

3. การควบคุมเครื่องมือวัดและทดสอบที่ใช้ในขบวนการผลิต

โดยทั่วไป โรงงานผลิตที่ปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 9000 อย่างเคร่งครัดจะสามารถผ่านขั้นตอนการตรวจโรงงาน โดยเจ้าหน้าที่ ส.ม.อ

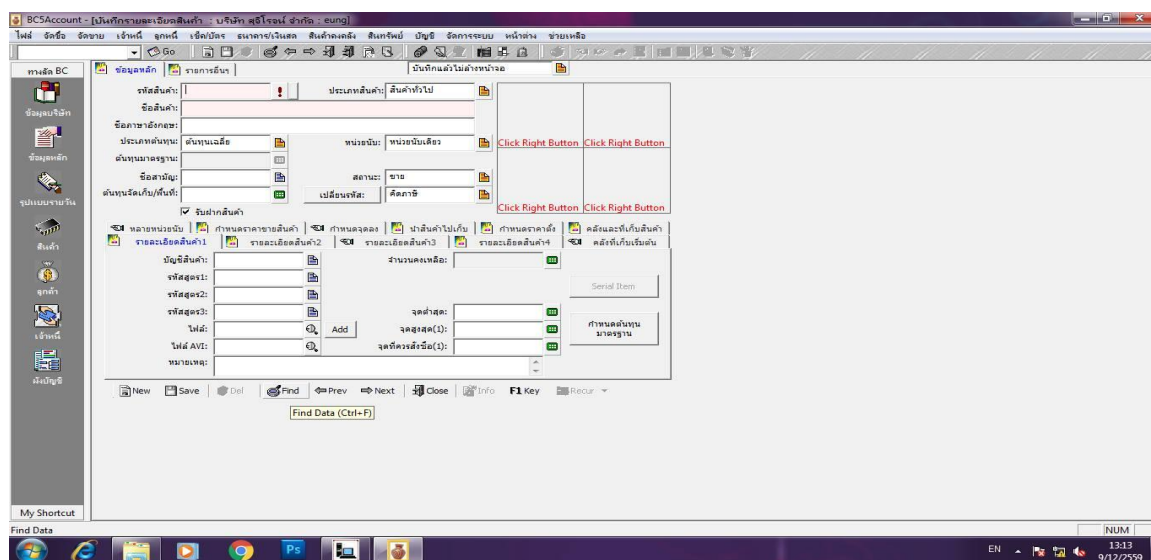
ขั้นตอนการดำเนินงานสำหรับผู้ผลิตในประเทศ

1. ขออนุญาตผลิตจากกระทรวงอุตสาหกรรม
2. จัดเตรียมตัวอย่างเพื่อการทดสอบ (สมอ จะกำหนด ห้อง Lab. ที่ใช้ทดสอบ)
3. เมื่อตัวอย่างผ่านการทดสอบ ให้จัดเตรียมการตรวจโรงงานครั้งแรก
4. เมื่อผ่านขั้นตอนการตรวจโรงงานครั้งแรกเรียบร้อยแล้ว จึงจะได้รับใบอนุญาตให้ทำการผลิตและใช้ตรา ม.อ.ก บนผลิตภัณฑ์
5. ใบอนุญาตการผลิตจะมีผลตลอดไป จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในเนื้อหา มาตรฐานนั้นๆ และเจ้าหน้าที่ ส.ม.อ จะแจ้งให้ผู้ผลิตทราบล่วงหน้า
6. เจ้าหน้าที่ ส.ม.อ จะมีการตรวจติดตามผลโรงงานผลิต เริ่มจากปีถัดไป ปีละครั้ง
7. ผู้ผลิตต้องรับผิดชอบใน ค่าใช้จ่ายใด ๆ เช่น การทดสอบ ใบอนุญาตการผลิต ค่าเดินทาง ค่าตรวจโรงงานผลิตครั้งแรก ค่าตรวจติดตามผลโรงงานผลิตในปีถัดไป
8. ผู้ผลิตมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบในทางกฎหมาย ในสินค้านั้นๆ

ขั้นตอนการดำเนินงานสำหรับผู้นำเข้า จากต่างประเทศ (Importer)

1. ขออนุญาตนำเข้าจากกระทรวงอุตสาหกรรม
2. จัดเตรียมตัวอย่างเพื่อการทดสอบ(สมอ จะกำหนด ห้อง Lab. ที่ใช้ทดสอบ)
3. เมื่อตัวอย่างผ่านการทดสอบ ให้จัดเตรียมการตรวจโรงงานครั้งแรก
4. เมื่อผ่านขั้นตอนการตรวจโรงงานครั้งแรกเรียบร้อยแล้ว จึงจะได้รับใบอนุญาตให้ใช้ตรา
ม.อ.ก บนผลิตภัณฑ์ และนำเข้าได้
5. ใบอนุญาตนำเข้าจะมีผลตลอดไป จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในเนื้อหามาตรฐาน
นั้นๆ และเจ้าหน้าที่ ส.ม.อ จะแจ้งให้ผู้นำเข้าทราบล่วงหน้า
6. เจ้าหน้าที่ ส.ม.อ จะมีการตรวจติดตามผลโรงงานผลิต เริ่มจากปีถัดไป ปีละครั้ง
7. ผู้นำเข้าต้องรับผิดชอบใน ค่าใช้จ่ายใด ๆ เช่น การทดสอบ ใบอนุญาตนำเข้า ค่าเดินทาง
ค่าตรวจโรงงานผลิตครั้งแรก ค่าตรวจติดตามผลโรงงานผลิตในปีถัดไป
8. ผู้นำเข้ามีหน้าที่ต้องรับผิดชอบในทางกฎหมาย ในสินค้านั้นๆ

ซึ่งก่อนการค้นหาค่าแห่งสินค้าจะต้องทำการกรอกข้อมูลของสินค้าลงในระบบเสียก่อน โดยข้อมูลของสินค้านั้นจะกล่าวถึง ลักษณะของสินค้า ประเภทของสินค้า จำนวนของสินค้า รายละเอียดของสินค้า รวมถึงรูปภาพของสินค้า โดยระบบนี้จะเชื่อมโยงกับระบบ PO

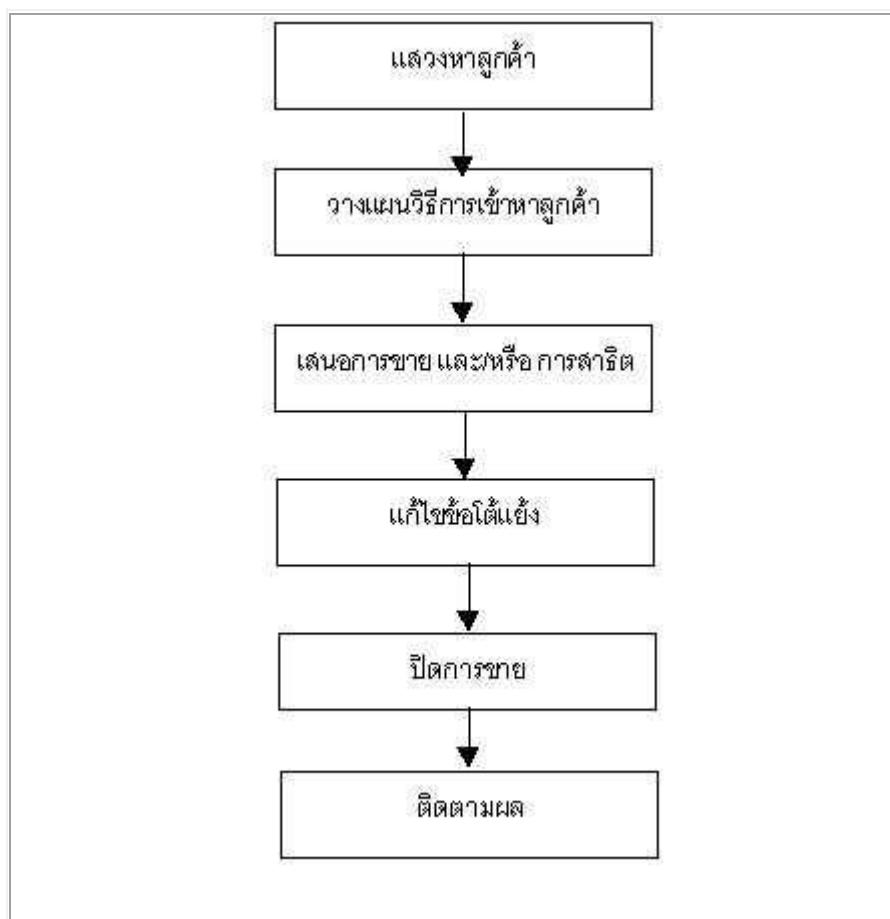


รูปที่ 2.1 ตัวอย่างโปรแกรมการตรวจสินค้า และการคีย์ PO

กระบวนการขาย

เพื่อให้การขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานขายต้องเข้าใจในกระบวนการขาย ซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ

1. แสวงหาลูกค้า (Prospect for customers)
2. วางแผนวิธีการเข้าหาลูกค้า (Plan the approach)
3. เสนอการขาย และ/หรือ การสาธิต (Make the presentation and/or demonstration)
4. แก้ไขข้อโต้แย้ง (Handle objections)
5. ปิดการขาย (Close the sale)
6. ติดตามผลการขาย (Follow-up)



รูปที่ 2.2 กระบวนการขาย

1. แสวงหาลูกค้า

ขั้นตอนการแสวงหาลูกค้าเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการขาย เป็นขั้นตอนในการพิจารณาโอกาสหรือช่องทางสำหรับการขายสินค้า มีวิธีการหลายวิธีในการที่พนักงานขายจะสามารถตรวจสอบหาช่องทางหรือโอกาส เช่น

- หาข้อมูลลูกค้าใหม่จากลูกค้าปัจจุบันของบริษัท โดยการที่พนักงานขายอาจถามจากลูกค้าเก่าหรือลูกค้าปัจจุบันให้แนะนำชื่อและที่อยู่ของลูกค้ารายอื่นที่มีความสนใจหรืออาจเหมาะสมกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ของบริษัท
- ค้นหาข้อมูลจากวารสารในอุตสาหกรรมต่าง ๆ สิ่งพิมพ์ทางการค้า การอ้างอิงต่าง ๆ เช่น สมุดโทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ทางธุรกิจ เป็นต้น
- รายชื่อของสมาชิกสมาคมวิชาชีพต่าง ๆ หรือสมาคมทางธุรกิจต่าง ๆ เช่น สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย สภาหอการค้า เป็นต้น
- ข้อมูลของลูกค้าที่ส่งมาเพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการของบริษัท หรือลูกค้าที่โทรศัพท์เข้ามาเพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

ไม่ใช่ลูกค้าทุกรายที่แสวงหาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ข้างต้นที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเป็นลูกค้าของบริษัทดังนั้นพนักงานขายจะต้องคัดเลือกลูกค้าที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าในอนาคตก่อนที่จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไปโดยลูกค้าที่คาดหวังควรมีความสามารถและมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ โดยอาจพิจารณาจากความมั่นคงทางการเงิน ปริมาณการใช้สินค้าของธุรกิจ สถานที่ตั้ง เป็นต้น ดังนั้นพนักงานขายไม่ควรจะเสียเวลาที่จะใช้ความพยายามในการขายแก่ลูกค้าที่มีความเสี่ยงหรือไม่มีความอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

โดยสรุปขั้นตอนในการแสวงหาลูกค้าที่คาดหวังดังนี้

1. ผู้ตัดสินใจซื้อ มีความต้องการสินค้า

จำกัดความลูกค้าคาดหวัง ต้องกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าคาดหวังหรือลูกค้าที่เป็นไปได้ เช่น มีอำนาจซื้อ เป็นผู้ตัดสินใจซื้อ มีความต้องการสินค้า เป็นต้น

2. จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

ค้นหาลูกค้าคาดหวัง เมื่อกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าคาดหวังแล้วก็ทำการค้นหาลูกค้าคาดหวังจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

3. หารายละเอียดและกำหนดคุณสมบัติเฉพาะ พนักงานขายต้องทำการค้นหาข้อมูลของลูกค้าคาดหวังแต่ละรายให้ละเอียดและมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อเป็นการถ่วงรอกลูกค้า

4. ในการเข้าหาลูกค้าแต่ละรายเพื่อจะเลือกวิธีเสนอขายที่เหมาะสมและเป็นไปได้มากที่สุด เปรียบเทียบคุณสมบัติของลูกค้าคาดหวังกับผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย เป็นการวางแผนกลยุทธ์

2. วางแผนวิธีการเข้าหาลูกค้า

ขั้นตอนต่อไปคือการเข้าหาลูกค้าที่คาดหวัง ซึ่งปัญหาสำคัญสำหรับขั้นตอนนี้คือการหาผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นไปได้ยากที่จะรู้ พนักงานขายอาจหาข้อมูลของลูกค้าในเบื้องต้นก่อน ศึกษาว่าลูกค้าที่คาดหวังมีความต้องการอะไรบ้าง โดยที่จะต้องทำการศึกษาทั้งตัวบริษัทและตัวลูกค้าที่จะติดต่อ และตั้งวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการเข้าหาลูกค้า จากนั้นต้องทำการนัดหมายกับลูกค้าโดยต้องกำหนดเวลาและสถานที่ที่ชัดเจนในการเตรียมตัวก่อนเข้าหาลูกค้าพนักงานขายควรแต่งกายให้สุภาพเหมาะสมกับสถานที่ที่เข้าพบ และเตรียมเอกสารและข้อมูลให้ครบถ้วน

ในขั้นตอนการเข้าพบลูกค้า พนักงานขายควรเริ่มจากการแนะนำตัวให้ลูกค้าทราบว่า เป็นใคร มาจากไหน โดยอาจให้นามบัตรหรือของที่ระลึกที่มีชื่อบริษัทของผู้ขายเช่น ดินสอ ปากกา ปฏิทิน หรือตัวอย่างสินค้า เป็นต้นพนักงานขายอาจอ้างอิงชื่อของลูกค้าเก่าหรือลูกค้าปัจจุบันที่แนะนำมา และแจ้งวัตถุประสงค์ในการเข้าหาที่ชัดเจนทั้งนี้ต้องไม่ลืมว่าเวลาของลูกค้าและเวลาของพนักงานขายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญไม่ควรยึดเยื้อ

ประโยชน์ของการที่พนักงานขายได้วางแผนการก่อนเข้าหาลูกค้า ได้แก่

- ได้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่คาดหวังเพื่อเป็นการตรวจสอบความเป็นไปได้ของการเป็นลูกค้าที่แท้จริง เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย
- ลูกค้าคาดหวังเกิดความประทับใจต่อพนักงานขายที่รู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทและความสำเร็จในอดีตของลูกค้าคาดหวัง
- พนักงานขายสามารถเตรียมการแก้ไขปัญหาที่อาจต้องเผชิญไว้ได้ล่วงหน้า

3. เสนอการขาย และ/หรือ การสาธิต

หลังจากพนักงานขายสามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปของกระบวนการขายคือการเสนอการขาย และ/หรือ การสาธิต วัตถุประสงค์ของขั้นตอนนี้คือการบอกหรือแสดงให้ลูกค้าคาดหวังทราบว่าผลิตภัณฑ์ของผู้ขายสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร นั่นคือพนักงานขายต้องแสดงให้เห็นประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย เช่น ต้นทุนที่ลดลง การทำงานที่ง่ายขึ้น หรือผลกำไรที่จะเพิ่มขึ้น เป็นต้น แล้วพนักงานขายจะบอกลูกค้าให้ทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์เหล่านั้น ดังนั้นเพื่อให้สามารถประสบความสำเร็จในการเสนอการขาย พนักงานขายต้องรู้

- ความต้องการของลูกค้า
- วิธีการนำเสนอที่ทำให้ลูกค้ามีความสนใจ ตั้งใจ และจงใจพอที่จะชักจูงให้ลูกค้าตกลงใจซื้อ

การเสนอขายอาจเป็นได้ 3 รูปแบบ คือ

1. การเสนอขายที่มีลักษณะแน่นอน (The canned presentation)
2. การเสนอขายอย่างมีแบบแผน (The methodical presentation)
3. การเสนอขายแบบอิสระ (The free-form presentation)

การเสนอขายที่มีลักษณะแน่นอน คือ การที่พนักงานขายจะพูดหรือแสดงภาพประกอบตามลำดับที่เตรียมมาเพื่อให้มั่นใจว่าจะครอบคลุมทุกประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ลูกค้าทราบ รูปแบบการนำเสนอแบบนี้เหมาะสำหรับพนักงานขายมือใหม่หรือไม่มีประสบการณ์ และมักจะใช้รูปแบบการนำเสนอแบบนี้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีราคาไม่สูง หรือสินค้าที่ขายตามบ้านหรือสินค้าที่ขายทางโทรศัพท์ รูปแบบการเสนอขายแบบนี้มีข้อเสียคือไม่สามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการของลูกค้าได้และเป็นการเสนอขายที่น่าเบื่อและไม่น่าสนใจ

การเสนอขายอย่างมีแบบแผนเป็นรูปแบบที่ลูกค้าจะได้รับการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการนำเสนอโดยมีรูปแบบที่มีแบบแผน รูปแบบนี้เป็นรูปแบบที่พนักงานขายมีความยืดหยุ่นในการนำเสนอการขายแต่ยังคงหลักการที่ตั้งไว้ พนักงานขายต้องมีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาและมีการตอบสนองลูกค้าดังนั้นพนักงานขายต้องรู้ว่าเมื่อใดที่จะนำเสนอขั้นต่อไปหรือย้อนกลับขั้นตอนก่อนหน้าโดยพิจารณาจากการตอบสนองของลูกค้า ดังนั้นพนักงานขายที่เสนอขายรูปแบบนี้จึงจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมและมีประสบการณ์พอสมควร

การเสนอขายแบบอิสระ รูปแบบนี้จะไม่มีกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการไว้ชัดเจน พนักงานขายจะปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการตามความเหมาะสมกับลูกค้า โดยพนักงานขายจะพยายามค้นหาให้ทราบถึงความชอบในตัวผลิตภัณฑ์ของลูกค้า และต้องหาให้ได้ว่าคุณลักษณะอะไรของผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญกับลูกค้า จะเห็นว่าการเสนอขายรูปแบบนี้ต้องอาศัยพนักงาน

ขายที่มีประสิทธิภาพสูงที่จะสามารถควบคุมการเสนอขายรูปแบบนี้ได้ การฝึกอบรมพนักงานขายให้สามารถนำเสนอขายรูปแบบนี้จึงทำให้ยาก ต้องอาศัยศิลปะการขายมากกว่าศาสตร์ในการขาย เพราะไม่มีรูปแบบที่ตายตัวสำหรับรูปแบบนี้

4. แก้ไขข้อโต้แย้ง

โดยปกติเป็นไปได้ยากที่ลูกค้าจะตกลงใจซื้อทันทีที่การนำเสนอการขายเสร็จสิ้น ซึ่งมักจะมีปัญหาข้อสงสัยหรือโต้แย้งเกี่ยวกับการนำเสนอและผลิตภัณฑ์ที่ขาย ดังนั้นพนักงานขายต้องเตรียมการอย่างดีในการตอบสนองข้อโต้แย้งต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ข้อโต้แย้งอาจเกิดขึ้นได้จากเหตุผลต่าง ๆ ดังนี้

1. ไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ
2. ขาดข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ
3. มีลักษณะชอบโต้แย้งตามธรรมชาติ
4. ไม่ใช่ลูกค้าคาดหวังที่แท้จริง
5. มีสัญชาตญาณในการต่อรอง
6. มีความเป็นปรีภักษ์โดยส่วนตัว
7. มีความผูกพันกับคู่แข่งของบริษัทอยู่

ลักษณะของข้อโต้แย้งเป็นได้หลายลักษณะเช่น

1. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับผู้ขาย (Source objections) คือ ลูกค้ามีความเป็นปรีภักษ์กับผู้ขายหรือพนักงานขาย
2. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับความจำเป็น (Need objections) เมื่อลูกค้าคาดหวังปฏิเสธว่าผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอไม่มีความจำเป็นสำหรับลูกค้า นั่นอาจหมายความว่าลูกค้าไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ดีพอ
3. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product objections) คือ การที่ลูกค้ามีข้อโต้แย้งเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ดังนั้นพนักงานขายควรรับฟังข้อโต้แย้งของลูกค้าและทำการอธิบายว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถที่จะแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างไร
4. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับเวลา (Timing objections) ลูกค้าอาจโต้แย้งว่ายังไม่มีความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในตอนนี้ พนักงานขายที่ดีต้องสามารถสร้างความรู้สึกถึงความจำเป็นที่ลูกค้าต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัททันที
5. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับราคา (Price objections) ลูกค้าอาจโต้แย้งว่าราคาสูงเกินไป พนักงานขายควรเน้นให้ลูกค้าเห็นถึงคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือนำเสนอส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก

พนักงานขายควรจัดการข้อโต้แย้งอย่างสุภาพและอย่างมีอาชีพ ไม่ควรแสดงการโต้ตอบที่รุนแรงหรือมีอารมณ์หุนหันผัดต่อการโต้แย้งของลูกค้า ควรถือเป็นหน้าที่ที่ต้องตอบข้อโต้แย้งทุกข้อของลูกค้าและเต็มใจที่จะอธิบายเพิ่มเติมให้ลูกค้าหายสงสัย

5. ปิดการขาย

หลังจากที่พนักงานขายได้ตอบข้อโต้แย้งต่างๆ ของลูกค้าจนครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการปิดการขายซึ่งเป็นขั้นตอนที่ลูกค้าคาดหวังได้ตกลงใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทแล้ว ลูกค้าคาดหวังบางรายอาจไม่ได้บอกโดยตรงว่าตกลงใจซื้อ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของพนักงานขายที่จะถามลูกค้าเมื่อเห็นว่าลูกค้าพร้อมที่จะซื้อแล้ว ในการปิดการขายอาจทำได้หลายวิธี ได้แก่

- ถามโดยตรง โดยการสอบถามความต้องการจากลูกค้าคาดหวังว่าตกลงใจจะซื้อหรือไม่ โดยใช้คำพูดที่เหมาะสม
- ถามทางอ้อม โดยไม่ถามโดยตรงว่าลูกค้าจะซื้อหรือไม่ เช่น ถามลูกค้าว่าต้องการจะให้ส่งสินค้าเมื่อไร

6. ติดตามผล

หลังจากปิดการขายลงก็มีใช้ว่าความรับผิดชอบของพนักงานขายจะสิ้นสุด สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการติดตามผล พนักงานขายต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าลูกค้าได้รับสินค้าตามกำหนดหรือไม่ และลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้ตามที่ต้องการหรือไม่ ธุรกิจไม่ได้คาดหวังจะขายสินค้าเพียงครั้งเดียว ดังนั้นการติดตามผลจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ ดังนั้นหากลูกค้ามีความพอใจในการบริการของพนักงานขายก็จะเต็มใจที่จะซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทอีกต่อไป

กิจกรรมการขาย

กิจกรรมของพนักงานขายมีหลากหลาย กิจกรรมการขายขึ้นอยู่กับตำแหน่งงานด้านการขาย โดยปกติกิจกรรมการขายประกอบด้วย

1. หน้าที่การขาย (Selling function) เช่น วางแผนการนำเสนอการขาย นำเสนอการขาย ทำยอดขายให้ได้ตามเป้า ปิดการขาย เป็นต้น
2. งานด้านคำสั่งซื้อ (Working with order) ได้แก่ การออกคำสั่งซื้อ จัดการคำสั่งซื้อที่สูญหาย แก้ไขปัญหาการจัดส่งล่าช้า เป็นต้น
3. ให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Servicing the product) โดยเฉพาะพนักงานขายสินค้าทางเทคนิค เช่น เครื่องจักรอุตสาหกรรม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องคือการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้มั่นใจว่าใช้งานได้ดีฝึกอบรมลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์ และสอนขั้นตอนการใช้อย่างปลอดภัย
4. จัดการด้านข้อมูล (Managing information) กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง คือ การรับข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้า วิเคราะห์ข้อมูล แล้วรายงานผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง

5. ให้บริการลูกค้า (Servicing the account) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องได้แก่ การควบคุมสินค้าคงคลัง การจัดวางสินค้าบนชั้นวาง จัดการด้านการแสดงสินค้า ณ จุดขาย เป็นต้น หน้าที่เหล่านี้มักจะทำโดยพนักงานขายที่มีลูกค้าเป็นร้านค้าปลีก เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านขายยา
6. เข้าร่วมอภิปรายและประชุม (Attending conference and meeting) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องคือการเข้าร่วมประชุม สัมมนา นิทรรศการงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
7. การฝึกอบรมและการสรรหา (Training and Recruiting) พนักงานขายที่มีความก้าวหน้าในระดับที่สูงขึ้นในสายอาชีพการขาย อาจต้องเกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมพนักงานขายใหม่ อาจจำเป็นต้องเดินทางไปกับพนักงานใหม่เพื่อสอนงานขาย
8. การให้ความบันเทิง (Entertaining) ในงานการขาย พนักงานขายอาจจำเป็นต้องพาลูกค้าไปเลี้ยงอาหารหรือทำกิจกรรมบันเทิงด้านต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของงานการขาย
9. การเดินทาง (Travelling) ระยะทางและความถี่ในการเดินทางของพนักงานขายขึ้นอยู่กับลักษณะงานขายแต่ก็มักจะไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเดินทางได้

ซึ่งทางบริษัทนั้นจะเน้นการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยคำนึงถึงคุณภาพ และราคาที่ถูก เพื่อนำมาจำหน่ายภายในประเทศ โดยสินค้านำเข้ามาจะส่งตามความนิยมและตามฤดูกาล เช่น ปีนังคินน้ำ จะมีการนำเข้ามาให้ทันเทศกาลสงกรานต์, สระน้ำแบบเปาลม จะมีการนำเข้ามาช่วงหน้าร้อนของประเทศไทย เป็นต้น

การนำเข้าสินค้าของบริษัทจะให้ให้ ชิปปิ้ง เป็นผู้ดูแลทั้งหมด ซึ่ง ชิปปิ้ง คือ อาชีพตัวแทนออกของ คนไทยส่วนใหญ่จะเขียนชิปปิ้งเป็นภาษาอังกฤษว่า Shipping แต่จริง ๆ แล้วคำนี้แปลว่า ขนส่งสินค้า ดังนั้นเวลาที่เขียนบอกลูกค้าต่างประเทศควรจะใช้คำว่า Customs Broker แบ่งส่วนการทำงานเป็น 3 ส่วน ซึ่ง 3 ส่วนนี้สามารถใช้เป็นพื้นฐานในการจัดการเรื่องเทอมขนส่งได้ด้วย จำไว้ใช้ได้เลย

1. ส่วนที่อยู่ภายในประเทศผู้ส่งออก
2. ส่วนที่อยู่ระหว่างประเทศ
3. ส่วนที่อยู่ในประเทศผู้นำเข้า



รูปที่ 2.3 ขั้นตอนการขนส่ง

หน้าที่ของชิปปิ้งจะอยู่ในข้อ 1 หรือ 3 ส่วนข้อ 2 จะเป็นหน้าที่ของ “เฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์ (Freight Forwarder)” แม้บางทีคุณจะให้ชิปปิ้งจัดการข้อ 2 ให้ด้วยก็ตาม ชิปปิ้งก็จะให้แผนกเฟรททำ หรือถ้าไม่มีแผนกเฟรทที่ชิปปิ้งก็จะใช้ซัปปคอนแทคครับ

แนะนำให้อ่าน: 6 ข้อที่ชิปปิ้งของคุณควรมีให้ครบ

รายการเอกสารที่ ชิปปิ้ง ต้องใช้สำหรับการนำเข้า

- Commercial Invoice
- Packing List
- B/L (Bill of lading)
- D/O (Delivery Order)

เอกสารประกอบเพิ่มเติมในกรณีต่าง ๆ เช่น MSDS (Material safety data sheet), อย. (อาหารและยา), สมอ.(มาตรฐานอุตสาหกรรม), C/O Form (เอกสารยืนยันถิ่นกำเนิด) เป็นต้น

ที่มา : <http://www.sticargo.com/shipping> วันที่สืบค้น : 23 ธันวาคม 2559

เอกสารที่ควรจัดเตรียมในการนำเข้าสินค้า

(2.1) สำหรับพิธีการชำระอากร พิธีการวางประกัน พิธีการขนถ่ายข้างลำ พิธีการคลังสินค้า ทัณฑ์บนประเภทร้านค้าปลอดอากร ต้องมีเอกสารประกอบ ได้แก่

(1) ตัณฑ์บบินขนสินค้าขาเข้า (กศก. 99/1) พร้อมสำเนา 1 ฉบับ เว้นแต่กรณีที่กรมศุลกากรกำหนดให้มีการจัดทำฉบับเพิ่ม เช่น สำหรับ การนำเข้าอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด การนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง ที่ต้องส่งเงินเข้ากองทุนน้ำมัน กรณีดังกล่าวต้องมีสำเนาใบขนสินค้าขาเข้า 2 ฉบับ

(2) ใบตราส่งสินค้า (Bill of Lading or Air Waybill)

(3) บัญชีราคาสินค้า (Invoice)

(4) แบบธุรกิจต่างประเทศ (ท.ต.2)(Foreign Transaction Form) กรณีมูลค่าของนำเข้าเกินกว่า 500,000 บาท

(5) แบบแสดงรายละเอียดราคาศุลกากร (กศก. 170)

(6) ใบส่งปล่อยสินค้า (กศก.100/1)

(7) บัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ (Packing List)

(8) ใบแจ้งยอดเบี้ยประกัน (Insurance Premium Invoice)

(9) ใบอนุญาตหรือหนังสืออนุญาตสำหรับสินค้าควบคุมการนำเข้า

(10) ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) กรณีขอลดอัตราอากร

(11) เอกสารอื่น ๆ เช่น เอกสารแสดงส่วนผสม คุณลักษณะและการใช้งานของสินค้า เค็ดตาล็อก เป็นต้น

(2.2) พิธีการหลายเที่ยวเรือ ต้องเพิ่มพิมพ์เขียว (BLUE PRINT) แบบแปลน แบบพิมพ์หรือเอกสารประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาให้ทำใบขนสินค้าหลายเที่ยวเรือ

(2.3) พิธีการขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิต้องเพิ่มสำเนาใบขนสินค้าขาเข้า (กศก.99/1) อีก 1 ฉบับ

(2.4) พิธีการส่งเสริมการลงทุนต้องเพิ่มหนังสืออนุมัติให้ยกเว้นหรือลดหย่อนอากรจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

(2.5) พิธีการคลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไป ต้องเพิ่มเอกสารดังนี้ คือ

(1) คำขออนุญาตนำของเข้าคลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไป (แบบที่ 369)

(2) คำขออนุญาตนำของเข้าคลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไป ตามแบบที่กรมศุลกากรกำหนด

(2.6) พิธีการคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า กรณีนำเข้าโดยผู้อื่นที่มีผู้ใช้รับอนุญาตจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า ต้องเพิ่ม คำขออนุญาตนำของเข้าคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า

(2.7) พิธีการสินค้าส่งกลับ (RE-EXPORT)

กรณีอยู่ในอารักขาของศุลกากร ต้องเพิ่มเอกสารดังนี้ คือ

- (1) คำร้องขอผ่อนผันทำใบขนสินค้าส่งกลับ (RE-EXPORT) ชำระอากร 1 ใน 10
- (2) ใบขนสินค้าขาออก (กศก.101/1) พร้อมเอกสารประกอบ

(2.8) พิธีการนำของออกจากเขตอุตสาหกรรมส่งออก (EPZ) ต้องเพิ่มเอกสารดังนี้ คือ

- (1) แบบ กนอ.02-1 กรณีสินค้านำเข้าเป็นวัตถุดิบ
- (2) แบบ กนอ.02-1 และ กนอ.101 กรณีสินค้านำเข้าเป็นเครื่องจักร อุปกรณ์เครื่องมือ

และ เครื่องใช้ รวมทั้งส่วนประกอบของสินค้าดังกล่าวที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิตสินค้าหรือการค้าเพื่อส่งออก

ที่มา : <http://search.customs.go.th:8090/Formality/ImportFormalities.jsp> วันที่สืบค้น : 23 ธันวาคม 2559

ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการนำเข้าสินค้า

(1) ผู้นำเข้าหรือตัวแทนบันทึกข้อมูลบัญชีราคาสินค้า (Invoice) ทุกรายการเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเองหรือผ่าน Service Counter โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จะแปลงข้อมูลบัญชีราคาสินค้าให้เป็นข้อมูลใบขนสินค้าโดยอัตโนมัติ และให้ผู้นำเข้าหรือตัวแทนส่งเฉพาะข้อมูลใบขนสินค้ามายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร

(2) เครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรจะตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นในใบขนสินค้าที่ส่งเข้ามา เช่น ชื่อและที่อยู่ผู้นำของเข้า เลขประจำตัวผู้เสียภาษี พิกัดอัตราศุลกากร ราคา เป็นต้น ถ้าพบว่าข้อมูลใบขนสินค้าขาเข้าที่ส่งมาไม่ถูกต้อง เครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรจะแจ้งกลับไปยังผู้นำเข้าหรือตัวแทนเพื่อให้แก้ไขให้ถูกต้อง

(3) เมื่อเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรตรวจสอบข้อมูลในใบขนสินค้าที่ส่งมาถูกต้องครบถ้วนแล้ว จะออกเลขที่ใบขนสินค้าขาเข้า พร้อมกับตรวจสอบเงื่อนไขต่างๆ ที่กรมศุลกากรกำหนดไว้ เพื่อจัดกลุ่มใบขนสินค้าขาเข้าในขั้นตอนการตรวจสอบพิธีการเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้แล้วแจ้งกลับไปยังผู้นำเข้าหรือตัวแทน เพื่อจัดพิมพ์ใบขนสินค้า

ใบขนสินค้าขาเข้าประเภทที่ไม่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Green Line) สำหรับใบขนสินค้าประเภทนี้ เครื่องคอมพิวเตอร์จะส่งการตรวจ หลังจากนั้น ผู้นำเข้าหรือตัวแทนสามารถนำใบขนสินค้าขาเข้าไปชำระค่าภาษีอากรและรับการตรวจปล่อยสินค้าได้

ใบขนสินค้าขาเข้าประเภทที่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Red Line) สำหรับใบขนสินค้าประเภทนี้ ผู้นำเข้าหรือตัวแทนต้องนำใบขนสินค้าไปติดต่อกับหน่วยงานประเมินอากรของท่าที่นำของเข้า

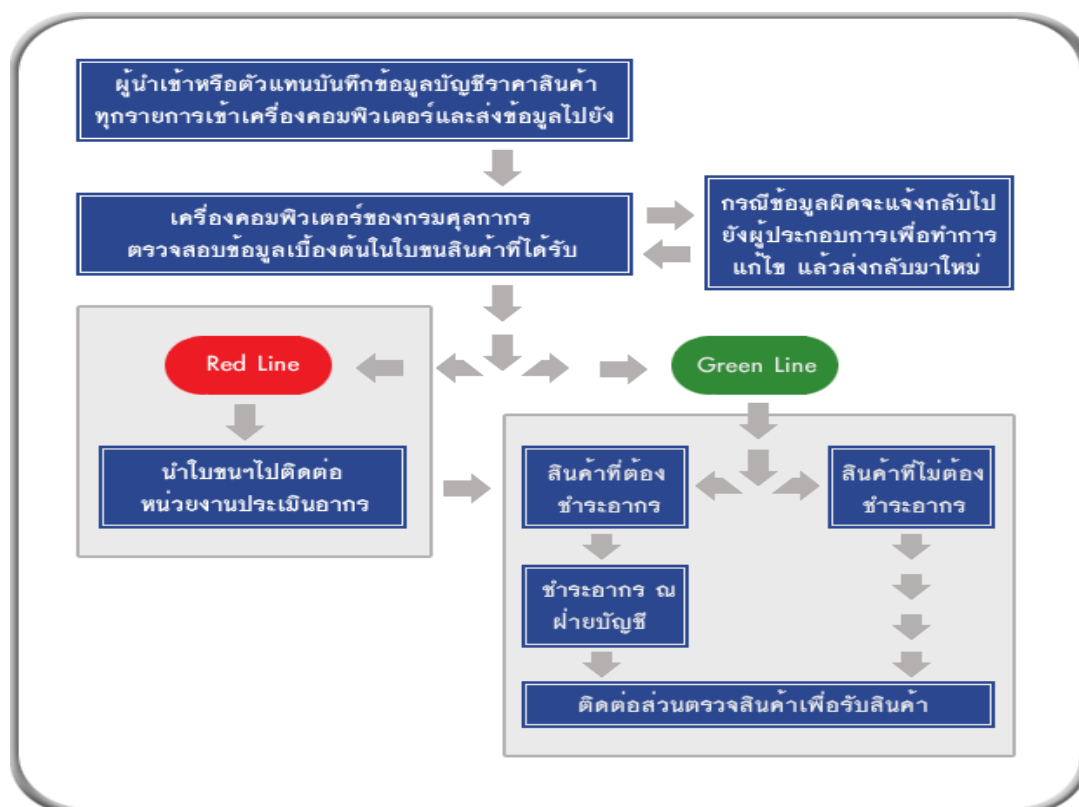
(4) ผู้นำเข้าหรือตัวแทนต้องจัดเก็บข้อมูลบัญชีราคาสินค้าตามวรรคแรกในรูปของสื่อคอมพิวเตอร์เป็นเวลา ไม่น้อยกว่า 6 เดือน เพื่อใช้สำหรับการตรวจสอบใบขนสินค้าหลังการตรวจปล่อย โดยให้สามารถจัดพิมพ์เป็นรายงานเมื่อกรมศุลกากรร้องขอ ดังนี้

(4.1) IMPORT/EXPORT INVOICE LIST BY DECLARATION ITEM

(4.2) IMPORT/EXPORT INVOICE LIST BY INVOICE ITEM

(4.3) IMPORT/EXPORT INVOICE LIST

4. แผนผังแสดงขั้นตอนการนำเข้าสินค้า



รูปที่ 2.4 แผนผังแสดงขั้นตอนการนำเข้าสินค้า

ที่มา : <https://www.google.co.th/search?q=4> วันที่สืบค้น : 23 ธันวาคม 2559

5. สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

กรณีผู้นำเข้ามีปัญหาหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้า สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้จากสำนักงานศุลกากร หรือด่านศุลกากรที่นำเข้าทุกแห่ง ในวันและเวลาราชการ

สินค้าที่มีมาตรการการนำเข้า (ควบคุม)

- ของต้องห้าม (PROHIBITED GOODS)
- ของต้องจำกัด (RESTRICTED GOODS)

ของต้องห้าม (PROHIBITED GOODS) หมายถึงของที่มีกฎหมายกำหนดห้ามนำเข้ามาหรือส่งออกไปนอกราชอาณาจักรโดยเด็ดขาด และในบางกรณีห้ามการส่งผ่านด้วย ผู้ใดนำสินค้าต้องห้ามเข้ามาหรือส่งออกไปนอกราชอาณาจักรจะมีความผิดต้องรับโทษตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและเป็นความผิดตามมาตรา 27 และ 27 ทวิ ของกฎหมายศุลกากรด้วย

ตัวอย่างสินค้าต้องห้ามในการนำเข้า-ส่งออก

1. วัตถุลามก การนำเข้าและส่งออกวัตถุลามก ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบหนังสือ ภาพเขียน ภาพพิมพ์ ภาพระบายสี สิ่งพิมพ์สิ่งอื่น รูปภาพ ภาพ โฆษณา เครื่องหมายรูปถ่าย และภาพยนตร์ลามก วัตถุลามกอื่น ๆ
2. สินค้าที่มีตราหรือลวดลายเป็นรูปธงชาติ
3. ยาเสพติดให้โทษ
4. เงินตรา พันธบัตร ใบสำคัญรับดอกเบี้ยพันธบัตรอันเป็นของปลอมหรือแปลงเหรียญกษาปณ์ที่ทำให้น้ำหนักลดลงโดยทุจริตดวงตราแผ่นดิน รอยตราแผ่นดินหรือพระปรมาภิไธย ดวงตราหรือรอยตราทางราชการอันเป็นของปลอม
5. สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เช่นแถบบันทึกเสียง (เทปเพลง) แผ่นบันทึกเสียง (คอมแพคดิสก์) แถบบันทึกภาพ (วีดีโอเทป) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ หนังสือ หรือสินค้าอื่นใดที่ทำซ้ำหรือดัดแปลงงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่น
6. สินค้าปลอมแปลงหรือเลียนแบบเครื่องหมายการค้า
7. ของที่มีการแสดงถิ่นกำเนิดเป็นเท็จ ตามพระราชบัญญัติห้ามนำของที่มีการแสดงถิ่นกำเนิดเป็นเท็จเข้ามาในราชอาณาจักร พ.ศ. 2481

ตัวอย่างสินค้าห้ามนำเข้า ของกระทรวงพาณิชย์

- เครื่องเล่นเกม
- ตู้เย็นที่มีการใช้สารซีเอฟซี
- เครื่องยนต์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่ใช้แล้วของรถจักรยานยนต์
- ยางรถใช้แล้ว

- ไม้สักซุงและไม้สักแปรรูปทุกประเภทตามแนวชายแดนจังหวัดตาก
- ภาชนะเซรามิกและภาชนะโลหะเคลือบที่ใช้บรรจุอาหาร

ของต้องจำกัด (RESTRICTED GOODS) หมายถึงสินค้าที่มีกฎหมายกำหนดว่าหากจะมีการนำเข้าส่งออกหรือผ่านราชอาณาจักรจะต้องได้รับอนุญาตหรือปฏิบัติให้ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายนั้น ๆ เช่นต้องมีใบอนุญาตการนำเข้าและส่งออก ต้องปฏิบัติตามประกาศอันเกี่ยวกับฉลากหรือใบรับรองการวิเคราะห์ หรือเอกสารกำกับยา เป็นต้น ผู้นำของต้องจำกัดเข้ามา หรือส่งออก หรือส่งผ่านราชอาณาจักร โดยมีได้รับอนุญาตหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายที่กำหนดไว้ให้ครบถ้วน จะมีความผิดตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายนั้นๆ และเป็นความผิดตามมาตรา 27 และ 27ทวิ ของพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดสินค้านำเข้า ซึ่งต้องขอรับใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยขณะนี้มียุทธภัณฑ์ประมาณ 50 ชนิด ที่จะต้องขอใบอนุญาตนำเข้าจากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตามประกาศของกระทรวงพาณิชย์ การนำเข้ายาจะต้องขอใบอนุญาตจากองค์การอาหารและยากระทรวงสาธารณสุข

การนำเข้าหรือส่งออกโบราณวัตถุหรือวัตถุของงานศิลปะไม่ว่าจะจดทะเบียนแล้วหรือไม่ก็ตาม จะต้องได้รับอนุญาตจากกรมศิลปากรนำเข้าอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด ดอกไม้เพลิง และสิ่งเทียมอาวุธปืน จะต้องได้รับการอนุญาตจากกระทรวงมหาดไทย ส่วนอาวุธชนิดอื่น ๆ เช่น เครื่องซ็อตไฟฟ้า จำเป็นที่จะต้องแจ้งก่อนนำเข้า พระราชบัญญัติเครื่องสำอางได้กำหนดให้ผู้นำเข้าเครื่องสำอางควบคุมทำการแจ้งชื่อและที่ตั้งของสำนักงาน สถานที่ผลิตหรือจัดเก็บเครื่องสำอางรวมทั้งประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง และส่วนประกอบที่สำคัญ กับกระทรวงสาธารณสุข การนำเข้าสัตว์ป่า พืช ปลาและสัตว์น้ำอื่น ๆ ต้องได้รับอนุญาตจากกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช หรือกรมวิชาการเกษตร หรือกรมประมงเป็นกรณีๆ ไปกรมศุลกากรมีหน้าที่ป้องกันการนำเข้า หรือส่งออก หรือส่งผ่านสินค้านำเข้าต้องห้าม ส่วนสินค้านำเข้าต้องจำกัด กรมศุลกากรมีหน้าที่ต้องตรวจสอบว่า การนำเข้า หรือส่งออกหรือส่งผ่านแดนได้รับอนุญาตและปฏิบัติตามกฎหมาย ที่บัญญัติไว้ครบถ้วนหรือไม่ สำหรับบัญชีรายชื่อสินค้านำเข้าต้องห้ามต้องจำกัดสามารถตรวจสอบได้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกใบอนุญาตนำเข้า เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น

สิทธิพิเศษตามความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ

เพื่อการลดหย่อนอากรหรือยกเว้นอากรขาเข้ากระทรวงการคลังกำหนดให้ลดหรือยกเว้นอัตราอากรสำหรับของนำเข้าที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศที่เป็นภาคีของข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากรและการค้า (GATT) หรือจากประเทศอื่นที่ได้ทำความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศทั้งแบบทวิภาคีหรือพหุภาคีกับประเทศไทย โดยผู้นำของเข้าต้องแสดงหลักฐานรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าและปฏิบัติตามระเบียบพิธีการที่กรมศุลกากรกำหนด การให้สิทธิพิเศษทางศุลกากรตามความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปการลดอัตราอากรให้แก่นัก มีดังต่อไปนี้

การลดอัตราอากรศุลกากรสำหรับผลิตภัณฑ์ตามความตกลงพื้นฐานว่าด้วยโครงการร่วมลงทุนทางอุตสาหกรรมของอาเซียน (The Basic Agreement On Asean Industrial Joint Venture (AIJV) เอกสารที่ผู้นำของเข้าต้องแสดงเพิ่มเติมจากการนำเข้าตามปกติสำหรับของที่ได้รับการลดอัตราอากร

1. ใบรับรองเมืองกำเนิดสินค้า (Certificate Of Origin) ซึ่งจะต้องออกโดยหน่วยงานของรัฐบาลประเทศภาคีอาเซียนที่ส่งของออก และต้องประทับตรา “AIJV” SCHEME กำกับมาด้วย
2. สำเนาใบรับรองผลิตภัณฑ์ (Certificate Of Eligibility) ที่บริษัทที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์นั้นได้ประทับตราและลงลายมือชื่อรับรองความถูกต้องของสำเนารลดอัตราอากรสำหรับของที่นำเข้าที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษภายใต้ความตกลงที่ว่าด้วยการให้สิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศกำลังพัฒนา (The Global System Of Trade Preferences Among Developing Countries-GSTP) ผู้นำเข้าที่ประสงค์จะขอใช้สิทธิพิเศษในการลดอัตราอากรศุลกากรตามโครงการ GSTP ต้องแสดง

หลักฐานรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate Of Origin) และสำเนา 1 ฉบับ พร้อมกับการยื่นใบขนสินค้าขาเข้าขณะผ่านพิธีการเพื่อขอลดอัตราอากรการลดและยกเว้นอากรภายใต้ความตกลงว่าด้วยการใช้มาตรการกำหนดอัตราอากรร่วมเพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ผู้นำเข้าที่ประสงค์จะขอใช้สิทธิพิเศษในการลดอัตราอากรภายใต้ความตกลงว่าด้วยการใช้มาตรการกำหนดอัตราอากรร่วมเพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ต้องแสดงหลักฐานใบรับรองเมืองกำเนิดสินค้า (Form D) พร้อมกับการยื่นใบขนสินค้าขาเข้าการยกเว้นและลดอากรสำหรับของนำเข้าที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศที่เป็นภาคีของความตกลงจัดตั้งองค์การการค้าโลก กระทรวงการคลังได้ประกาศยกเว้นอากรและลดอัตราอากรสำหรับของนำเข้าที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศที่เป็นภาคีของความตกลงจัดตั้งองค์การการค้าโลก ให้ผู้นำเข้ายื่นใบรับรองเมืองกำเนิดสินค้า

ที่มา : <http://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/ServiceData-Information/dft-service-data-privilege/Detail-dft-service-data-privilege/ArticleId/5051/-GSTP> วันที่สืบค้น 23 ธันวาคม 2559