

การให้บริการของศูนย์บริการส่งออก



ศูนย์บริการส่งออก เป็นหน่วยงานส่งเสริมการส่งสินค้าออก ภายใต้สังกัดของกรมพาณิชย์สัมพันธ์ เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2518 โดยความร่วมมือของกองพัฒนาพาณิชย์กับงานศูนย์พาณิชย์กรรมเข้าด้วยกัน เพื่อให้การให้บริการด้านการแนะนำช่องทางในการส่งสินค้าออกจำหน่ายต่างประเทศเป็นไปโดยกว้างขวาง เหมาะสมและตรงกับความต้องการของเอกชน ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจาก ใน พ.ศ. 2518 คณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบต่อขอเสนอแนะของคณะกรรมการบริหารการส่งออก ในอันที่จะจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก เป็นแกนกลางเชื่อมโยงระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐบาล เพื่อช่วยเหลืออำนวยความสะดวกแก่ภาคเอกชน ตลอดจนหาทางแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามมติที่ประชุมสัมมนาการพัฒนาการส่งออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นการสัมมนาแก้ปัญหาการพัฒนาการส่งออก ร่วมกับระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐบาล

เหตุผลสำคัญในการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออกก็เนื่องจาก ปัจจุบันการส่งออกเป็นการแข่งขันกันค้าขายระหว่างประเทศ เป็นการประกอบธุรกิจที่มีอุปสรรคหลายด้าน และอุปสรรคนั้นมักจะผันแปรและเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ ขึ้นอยู่กับภาวะตลาด ซึ่งอยู่ที่อิทธิพลของนโยบายรัฐบาลแต่ละประเทศ นอกจากนั้นแล้ว ในแต่ละภาวะตลาดยังขึ้นอยู่กับความพร้อมเพรียงของผู้ผลิต ผู้ส่งออก และสินค้าที่ส่งออก ดังนั้น ในการส่งเสริมการส่งออก นอกจากรัฐบาลจะตองดำเนินการให้ภาวะตลาดเอื้ออำนวยแก่การส่งออกสูงสุดแล้ว ผู้ผลิต ผู้ส่งออกและสินค้าที่ส่งออกยังควรที่จะต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงให้อยู่ในฐานะที่จะแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยที่รัฐบาลนานาประเทศต่างมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการส่งออก การส่งออกจึงเป็นการแข่งขันไม่แต่เฉพาะระหว่างเอกชนในการค้าขายเท่านั้น แต่ระหว่างรัฐบาลต่อรัฐบาลในด้านการให้ความช่วยเหลือและการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคการส่งออกด้วย

นอกเหนือไปจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสิ่งจูงใจรวมทั้งการอุดหนุนในด้านการเงินแล้ว ช่องว่างของการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือ ความช่วยเหลือในรูปแบบบริการการส่งออก ซึ่งแต่ละผู้ผลิต ผู้ส่งออก ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่คุ้มที่จะลงทุนทั้งในด้านการดำเนินงานและกำลังเงิน บริการดังกล่าวนี้ควรที่รัฐจะเป็นผู้ดำเนินการและบริหารงานไปในแนวทางที่จะสนองความต้องการของภาคเอกชนทุกขณะ

การดำเนินการดังกล่าว อันได้แก่การรวบรวมขอเสนอเทศเกี่ยวกับสินค้าและตลาดสินค้าไทยทั้งใน และต่างประเทศ การให้บริการขอเสนอเทศทางการค้าแก่นักธุรกิจ การแนะนำสู่ทางการส่งออก และแนวทางการแก้ไขปัญหการส่งออก ดำเนินการฝึกอบรมและการประชุมสัมมนา เพื่อเพิ่มพูนความรู้และเทคนิคในการประกอบธุรกิจแก่นักธุรกิจและข้าราชการที่เกี่ยวข้อง พัฒนาสินค้าไทยให้มีคุณภาพและลดการจำหน่ายที่ขึ้นทั้งในและต่างประเทศ จัดตั้งและดำเนินงานศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ เพื่อหาตลาดให้สินค้าไทยเป็นสื่อเชื่อมโยงระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ตลอดจนติดตามและเร่งรัดให้มีการตกลงซื้อขายสินค้า จัดทำเอกสารเพื่อเผยแพร่สินค้าขอเสนอเทศและความรู้ เกี่ยวกับการค้าลดจนช่วยเหลือในการขจัดอุปสรรคและข้อโต้แย้งทางการค้า เป็นต้น ในการนี้จึงได้จัดตั้งศูนย์บริการส่งออกขึ้น เพื่อให้เป็นหน่วยงานผู้รับผิดชอบในการดำเนินการนี้

โดยลักษณะงานตามที่กล่าวมาแล้วนี้ ศูนย์บริการส่งออกได้จัดแบ่งการให้บริการออกเป็นประเภท

1. งานแนะนำการค้า
2. งานส่งเสริมรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ใช้อนุญาต
3. งานพัฒนาผลิตภัณฑ์
4. งานข้อมูลการค้า
5. งานเอกสารเผยแพร่
6. งานฝึกอบรมและสัมมนา
7. งานประสานงานศูนย์พาณิชย์กรรม
8. งานศูนย์พาณิชย์กรรมต่างประเทศ

9. งานไกลเกลี่ยข้อพิพาททางการค้า¹

งานแนะนำการค้า (Advisory Service)

งานแนะนำการค้า เป็นงานที่ดำเนินการให้คำแนะนำและปรึกษาถึงลู่ทางการส่งออก การแก้ปัญหาและขจัดอุปสรรคในการส่งออก เพื่อให้ผู้ส่งออกสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลประโยชน์สูงสุด

งานแนะนำการค้า ได้แบ่งการปฏิบัติงานออกเป็นดังนี้ คือ

1. งานแนะนำการค้า
2. งานสำรวจและวิเคราะห์ตลาด
3. งานเจาะตลาด
4. งานศึกษาลู่ทางและอุปสรรคในการส่งออก
5. งานส่งเสริมคณะผู้แทนการค้า
6. งานต้อนรับผู้แทนการค้าและการจัดซื้อจากต่างประเทศ

งานแนะนำการค้า เป็นงานตอบข้อสงสัยทั้งทางจดหมายและทางโทรศัพท์ ในเรื่องเกี่ยวกับการส่งออกทั้งหมด เกี่ยวกับในประเภทผลิตภัณฑ์ กิจกรรม และรายชื่อผู้ผลิต ผู้ส่งออกทั้งที่เป็นจุดหมายจากต่างประเทศและในประเทศ ตลอดจนให้คำปรึกษาแก่ผู้มาใช้บริการด้วยตนเอง โดยแยกลักษณะการให้บริการออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. งานบริการให้ขอสนเทศ
2. งานบริการให้คำปรึกษา

งานสำรวจและวิเคราะห์ตลาด มีหน้าที่ในการดำเนินงาน คือ การจัดทำสถิติการส่งออกของสินค้าที่ใดกำหนดในเป้าหมาย จัดทำทะเบียน รายชื่อผู้ผลิตผู้ส่งออกที่ได้รับคัดเลือก เพื่อสนับสนุนการส่งออกเป็นพิเศษ จัดทำ Marketing Study ของผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่รับ

¹งานไกลเกลี่ยข้อพิพาททางการค้า ได้โอนไปสังกัดกรมการค้าต่างประเทศ เมื่อเดือนธันวาคม 2519 จึงไม่ปรากฏงานนี้ในสายการบังคับบัญชาและหน้าที่ในการดำเนินงานของศูนย์บริการส่งออก

นิคมโดยเน้นถึง ด้านโอกาสของการส่งออก ซึ่งรวม Supply Side และ Overseas Market ตลอดจนรวบรวมข้อมูลตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อการส่งออก ในผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่ได้รับนิคม และเสนอแนะเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการส่งออก

งานเจาะตลาด เป็นงานที่ศึกษาข้อมูลของสินค้า เพื่อจัดส่งไปเจาะตลาดในต่างประเทศ และศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม สำหรับสินค้าที่ได้รับการร้องขอจากภาคเอกชน เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล ในการที่จะให้ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ ดำเนินการต่อและติดตามก้นคว้าข้อมูล สนับสนุนการเจาะตลาดของศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ

งานศึกษาทางและอุปสรรคในการส่งออก เป็นการศึกษาทางในการส่งออกของสินค้า ที่เป็นเป้าหมายและอุปสรรคในการส่งออก ที่ภาคเอกชนประสบอยู่ โดยการร้องเรียนของภาคเอกชนทางหนึ่งและการริเริ่มของศูนย์อีกทางหนึ่ง

งานส่งเสริมคณะผู้แทนการค้า เป็นงานจัดส่งคณะผู้แทนทางการค้า ไปเยือนประเทศต่าง ๆ ตามความต้องการของภาคเอกชนหรือโดยความร่วมมือของสถาบัน หรือรัฐบาลต่างประเทศ เพื่อไปติดต่อจำหน่ายสินค้าไทยในตลาดต่างประเทศ

งานต้อนรับคณะผู้แทนการค้าจากต่างประเทศ เป็นงานต้อนรับผู้แทนการค้าจากต่างประเทศที่เดินทางมาเพื่อติดต่อขอซื้อสินค้าไทย และให้บริการแก่ผู้ซื้อชาวต่างประเทศ ที่เดินทางเข้ามาเพื่อธุรกิจการสั่งซื้อสินค้า ทั้งที่เข้ามาเป็นรายบุคคล และคณะ ตลอดจนทำการนัดหมายไปพบปะผู้ผลิต ผู้ส่งออก นำชมโรงงาน และสนับสนุนให้มีการเซ็นสัญญาหรือตกลงซื้อขาย และติดตามผลการขาย

ผลการดำเนินงานของฝ่ายแนะนำการค้าจากสถิติที่ผ่านมาดังนี้

ในปี 2518 ได้มีผู้ผลิตและผู้ส่งออก มาติดต่อสอบถามขอคำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ ทั้งแยกไต่เป็นกลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. ผู้ส่งออกที่ผลิตเอง
2. ผู้ส่งออกที่ไม่ได้ผลิตเอง
3. อื่น ๆ

โดยมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับ ข้อมูลตลาด อัตราภาษีและระเบียบข้อบังคับ แหล่งผลิต ตลอดจนกรรมวิธีส่งออก ซึ่งผู้มาขอคำปรึกษามีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมี

ผู้ใช้บริการทางโทรศัพท์เป็นจำนวนมาก และติดต่อทางจดหมาย ซึ่งเป็นการสอบถามเกี่ยวกับแหล่งผลิต รายชื่อผู้ผลิตผู้ส่งออก ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการส่งออก

สถิติผู้ใช้บริการจากศูนย์บริการส่งออกในปี 2518 มีดังนี้

ผู้ส่งออกที่ผลิตเอง	664	ราย
ผู้ส่งออกที่ไม่ได้ผลิตเอง	1,043	ราย
อื่น ๆ	217	ราย
ติดต่อทางโทรศัพท์	1,545	ราย
ติดต่อทางจดหมาย		
ต่างประเทศ	1,177	ราย
ในประเทศ	381	ราย

นอกจากนี้ยังได้รับรองคณะผู้แทนการค้าและผู้สั่งซื้อจากต่างประเทศ เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าของไทย ผู้ผลิต ผู้ส่งออก ตลอดจนติดต่อให้มีการพบปะระหว่างผู้ผลิต โดยศูนย์เป็นผู้รวมในการเจรจาต่าง ๆ ตลอดจนนำเยี่ยมชมโรงงาน

ผู้แทนทางการค้าแยกรายละเอียดดังนี้

1. ผู้สั่งซื้อที่มาเป็นรายบุคคล	121	คน
2. คณะสำรวจผลิตภัณฑ์ 5 คณะ	65	คน
3. คณะผู้สั่งซื้อ 1 คณะ	6	คน
4. ผู้เชี่ยวชาญการสำรวจวิจัยผลิตภัณฑ์ 3 คณะ	9	คน

ตารางที่ 1

ผลการปฏิบัติงานของงานแนะนำการค้า ระหว่างปี 2519-2521

กิจกรรม	หน่วย	ปริมาณ		
		2519	2520	2521
1. งานบริการให้ขอเสนอ	ราย	3,604	5,561	6,442
	เรื่อง	1,012	1,402	1,817
2. งานบริการให้คำปรึกษา	ราย	3,755	5,927	6,597
	เรื่อง	880	1,222	1,622
3. งานต้อนรับคณะผู้แทนการค้า และบริการผู้ซื้อต่างประเทศ	ราย	114	390	529
	ชนิดของสินค้า	335	719	871
4. งานศึกษาตลาดทางและอุปสรรค การส่งออก	เรื่อง	35	49	65
5. งานสำรวจและวิเคราะห์	เรื่อง	106	126	147
6. งานเจาะตลาด	เรื่อง	35	42	49
7. งานส่งคณะผู้แทนการค้า	คณะ	5	3	2
	ราย	77	28	16

ที่มา: ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ กุมภาพันธ์ 2522

งานส่งเสริมรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ใบอนุญาต (Joint Marketing Group & licensing) โดแบ่งการปฏิบัติงานออกเป็น 2 งาน คือ

1. งานส่งเสริมรวมกลุ่มผู้ส่งออก
2. งานส่งเสริมระบบผู้ใบอนุญาต

งานส่งเสริมรวมกลุ่มผู้ส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ได้มีนโยบายที่จะให้ผู้ส่งออก
รวมตัวกันเป็นกลุ่ม เพื่อผลในการต่อรองกับผู้ซื้อในต่างประเทศ การรวมกำลังการผลิตและจัด

ปัญหาการแข่งขันกันเองในการส่งออก ซึ่งเป็นหน้าที่หลักของงานนี้ ที่จะต้องพยายามแนะนำให้ผู้ส่งออกตระหนักถึงผลดีของการรวมกลุ่ม และชี้ชวนให้มีการรวมกลุ่มกันมากขึ้น โดยใช้ความรู้ทางวิชาการ เทคนิคการชักชวนและจูงใจ และการพิจารณาเลือกสรรกลุ่ม ตามหลักวิชาการรวมกลุ่ม ผู้ส่งออกจะก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

1. ผลดีต่อประเทศเป็นส่วนรวม
 - 1.1 เพิ่มพูนรายได้ทางด้านการเงินตราต่างประเทศ
 - 1.2 ก่อให้เกิดการใช้ความรู้จนถึงระดับสูงสุด
 - 1.3 เพิ่มพูนทักษะของแรงงานภายในประเทศ
 - 1.4 สนับสนุนแผนการพัฒนาของรัฐบาลให้บรรลุผลเร็วขึ้น
 - 1.5 เพิ่มประเภทสินค้าส่งออกที่ใช้เทคนิคในการผลิตสูง
 - 1.6 ลดต้นทุนการผลิตเนื่องจากขนาดการผลิตใหญ่ขึ้น
 - 1.7 ลดปัญหาคนว่างงาน
 - 1.8 เป็นช่องทางให้การติดต่อประสานงานระหว่างส่วนราชการกับเอกชน
ดำเนินไปด้วยความสะดวกและใกล้ชิดยิ่งขึ้น
2. ผลดีแก่สมาชิกของกลุ่มผู้ส่งออก
 - 2.1 สามารถเจาะตลาดในประเทศใหม่ได้
 - 2.2 เข้าถึงผู้บริโภครายใหม่
 - 2.3 ผู้ส่งออกมีขวัญใจมีความมั่นคงมากขึ้น เพราะมีลูกค้าประจำ
 - 2.4 ลดความกระทบกระเทือนจากผลของการขึ้นราคาคาตามวัฏจักรการค้า
 - 2.5 สามารถวางแผนการส่งออกระยะยาวได้
 - 2.6 ลดต้นทุนผลิต ค่าใช้จ่ายในการส่งออก ทำให้ได้กำไรสูงสุด
 - 2.7 เสริมสร้างความรู้ในด้านการตลาดต่างประเทศให้ดีขึ้น
 - 2.8 เสริมอำนาจในการต่อรอง และตัดปัญหาการแต่งตั้งผู้แทนขายในต่างประเทศ

จากผลดีดังกล่าว งานนี้จึงพร้อมที่จะดำเนินการชี้ชวนและเป็นตัวประสานงานในกลุ่มผู้ส่งออกรวมตัวกัน เพื่อส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศอันก่อให้เกิดผลดีต่อการส่งเสริมการส่งออกในส่วนรวม

หน้าที่ความรับผิดชอบและขอบเขตในการดำเนินงาน

1. ให้ความแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคของการรวมกลุ่มผู้ส่งออกและดำเนินการรวมกลุ่ม
2. ศึกษาข้อมูลและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม
3. ชีวชนและแนะนำให้มีการรวมกลุ่ม
4. ส่งเสริมให้กลุ่มผู้ส่งออกร่วมกันจัดกลุ่มเดินทางไปขายสินค้ายังตลาดเป้าหมาย

การดำเนินงานของงานรวมกลุ่มผู้ส่งออก มีดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการรวมกลุ่มผู้ส่งออก จากองค์การระหว่างประเทศและหน่วยงานส่งเสริมการส่งออกของต่างประเทศมาวิเคราะห์ และประยุกต์ให้เข้ากับสภาพการค้าของไทย

2. ประสานงานกับฝ่ายฝึกอบรมและสัมมนา เมื่อมีการฝึกอบรมและสัมมนาใดที่เห็นว่ามีผู้เข้าร่วมที่พอจะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มผู้ส่งออกได้ก็จะแนะนำและชี้ชวนให้ริเริ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มขึ้น

3. ส่งเสริมให้กลุ่มผู้ส่งออกเดินทางไปส่งเสริมการขายในต่างประเทศ โดยทางราชการรับเป็นต้นประกันงานและให้คำแนะนำ เรื่องสภาพตลาดรวมทั้งจัดเตรียมตารางการนัดหมายให้

การรวมกลุ่มผู้ส่งออก เป็นประโยชน์อย่างมากในการขยายธุรกิจการค้าออกไปสู่ต่างประเทศใคกว้างขวาง เนื่องจากมีความสามารถที่จะบริหารการตลาด การผลิตผลผลิตใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ ความสามารถในการขยายการผลิต เพื่อรับการสั่งซื้อจากต่างประเทศที่อาจจะมีมาครั้งละจำนวนมาก เช่นนี้ เป็นการเพิ่มปริมาณการค้าออกซึ่งเป็นการเพิ่มเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศไทยอย่างมากมาย ตัวอย่างเช่น

"ในประเทศโคลัมเบีย ภายหลังที่มีการรวมกลุ่มผู้ส่งออกขึ้น อเมริกาได้สั่งซื้อเพียงครั้งเดียวมีมูลค่าถึง 250,000 เหรียญสหรัฐ"¹ ซึ่งถือว่าเป็นความสำเร็จอย่างยิ่ง จากการรวมกลุ่มผู้ส่งออก

¹ชานพิดใจกว้าง "บทบาทและรูปแบบของงานรวมกลุ่มผู้ส่งออก ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์, กระทรวงพาณิชย์. 31 มกราคม 2522 หน้า 2 อักสำเนา.

ในทางประเทศและหลาย ๆ ประเทศ ได้มีการรวมกลุ่มผู้ส่งออกกันอย่างแพร่หลาย และกลุ่มโครงสร้างประโยชน์ในการพัฒนาการส่งออกได้อย่างจริงจัง ในประเทศไทยงานรวมกลุ่มผู้ส่งออกยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายนัก ทั้งนี้ เพราะการรวมกลุ่มเป็นงานใหม่ และได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากศูนย์บริการส่งออกจัดใหม่ขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2519 ขณะนี้มีการรวมกลุ่มผู้ส่งออก 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ชมรมผู้ส่งออกไทย (Thai Exporters' Club)
2. กลุ่มการตลาดเพื่อการส่งออก (Export Marketing Group)
3. กลุ่มผู้ส่งออกไปตะวันออกกลาง (The Exporters to Middle East)
4. ชมรมผู้ส่งออกผักและผลไม้สด (The Thailand Vegetable & Fruit Exporters Group)

กลุ่มเหล่านี้เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันขึ้นเพื่อผนึกกำลังและสร้างความเป็นปึกแผ่นให้แก่ธุรกิจการส่งออก " การดำเนินงานของกลุ่มผู้ส่งออกทั้ง 4 กลุ่ม กำลังดำเนินการจัดตั้งเป็นสมาคมผู้ส่งออกแห่งประเทศไทย"¹ เพื่อจะรวมตัวกันดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

งานส่งเสริมระบบผู้ใบอนุญาตเพื่อการส่งออก เป็นการดำเนินงานดำเนินงานเพื่อศึกษาและชักชวนผู้ผลิตในต่างประเทศ ยินยอมให้ผู้ผลิตของไทยผลิตสินค้า ของเขา เพื่อการส่งออกได้

ระบบผู้ใบอนุญาต (Licensing) ก็คือระบบการดำเนินธุรกิจ โดยที่ผู้ผลิตสินค้ายินยอมให้ผู้ผลิตสินค้า ชนิดเดียวกันควยการบอกให้ทราบถึงกรรมวิธีการผลิตและเทคนิคต่าง ๆ ตลอดจนแบบของสินค้านั้น ๆ ส่วนการดำเนินการทางตลาดขึ้นอยู่กับการตลาดของทั้งสองฝ่าย ²

¹ สัมภาษณ์ ปองพล อภิเรกสาร ประธานชมรมผู้ส่งออกไทย , วันที่ 20 พฤศจิกายน 2522

² สัมภาษณ์ สุชาติ สติธิไชย รักษาการหัวหน้าฝ่ายแนะนำการค้า ศูนย์บริการส่งออก วันที่ 15 พฤศจิกายน 2522

หน้าที่ความรับผิดชอบและขอบเขต ในการดำเนินงาน คือ

1. ให้ความแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคและกฎเกณฑ์ระบบผู้โฆษณา
2. ศึกษาข้อมูลและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับงานระบบผู้โฆษณา
3. พิจารณาลักษณะที่ตรงอาศัยลูกค้าประเภท เพื่อทำการทดลองหาลูกค้าและทดลองระบบผู้โฆษณา
4. ชี้ชวนและแนะนำให้มีการใช้ระบบผู้โฆษณา เพื่อการส่งออก

การดำเนินงานของงานส่งเสริมระบบผู้โฆษณาเพื่อการส่งออกมีดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระบบผู้โฆษณา จากองค์การระหว่างประเทศและหน่วยงานส่งเสริมการส่งออกของต่างประเทศ มาวิเคราะห์และประยุกต์ให้เข้ากับสภาพการค้าของไทย
2. ติดต่อหาตามผู้ผลิตในต่างประเทศที่สินค้าของเขามีชื่อเสียงในตลาดและมีปัญหาเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต ให้ยินยอมอนุญาตให้ผู้ผลิตของไทยผลิตสินค้าของเขาเพื่อการส่งออกได้
3. แนะนำให้ผู้ผลิตของไทยที่ผลิตสินค้าได้มาตรฐานและส่งออกได้ แต่มีข้อจำกัดในด้านการตลาด ให้ติดต่อกับบริษัทในต่างประเทศ เพื่อผลิตสินค้าตามแบบของเขาเป็นทางที่จะขยายการส่งออก

ตารางที่ 2

ผลการปฏิบัติงานของงานส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ส่งออก

กิจกรรม	หน่วย	ปริมาณ		
		2519	2520	2521
การรวมกลุ่มที่สำเร็จไปแล้ว	ราย	1	1	3
การรวมกลุ่มที่กำลังดำเนินการ	ราย	14	18	20
การใช้ระบบผู้ส่งออกที่สำเร็จไปแล้ว	ราย	-	2	4
การใช้ระบบผู้ส่งออกที่กำลังดำเนินการ	ราย	-	8	12
การศึกษาข้อมูลและวิธีปฏิบัติ	เรื่อง	3	4	5
การพิจารณาผลิตภัณฑ์เพื่อการทดลอง	ชนิด	6	6	12
การส่งเสริมให้กลุ่มผู้ส่งออกเดินทางไปส่งเสริมการขายในตลาดต่างประเทศ	คณะ/ราย	-	-	2/6

ที่มา : ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ , กุมภาพันธ์ 2522

งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Adaptation)

งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นงานที่ศึกษาถึงผู้ทางในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของตลาด ตลอดจนกฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการนำเข้า เป็นงานที่ส่งเสริมให้ผู้ผลิตในประเทศ ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ โดยศึกษาถึงความต้องการและรสนิยมของลูกค้าในต่างประเทศ เป็นการช่วยให้ผู้ผลิตของไทยทันต่อตลาด ประกอบกับโครงสร้างสินค้าออกของไทยมีแนวโน้มจะเปลี่ยนจากสินค้าเกษตรกรรมเป็นสินค้าอุตสาหกรรมมากขึ้นทุกขณะ ซึ่งสินค้าอุตสาหกรรมรูปแบบล็กกะทัดรัดมีความสำคัญต่อการผลิตและการส่งไปจำหน่ายในตลาดที่มีความต้องการแตกต่างกันมาก ตลอดจนรสนิยมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลารวมทั้งเทคนิค การออกแบบสินค้ามีส่วนจริงใจในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น ดังนั้นการผลิตสมัยใหม่จึงเป็นเรื่องการออกแบบสินค้าให้ถูกใจผู้ซื้อและให้ทันต่อสมัยนิยม

งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามภาวะในปัจจุบัน จึงเป็นงานคุณภาพที่ต้องการเทคนิคเฉพาะ และต้องทำต่อเนื่อง เป็นลูกโซ่ ตามความต้องการของตลาดโลก รวมทั้งต้องอาศัยการตัดสินใจ นำเอาความต้องการของตลาดโลกมาประยุกต์ให้เข้ากับวัตถุดิบและสภาพการผลิตของประเทศไทย งานพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงมีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลในคานนี้ และให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ผลิต ในเรื่อง ความต้องการของตลาดในคานคุณสมบัติของสินค้า รูปลักษณะการออกแบบ ประโยชน์ใช้สอย การบรรจุหีบห่อ และข้อกำหนดคานมาตรฐาน

หน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินงานมีดังนี้

1. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. พัฒนาสินค้าออกของไทยให้ตรงกับความต้องการและความนิยมของตลาดตลอดจนกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับของการนำเข้า
3. ให้คำแนะนำในคานข้อมูล การออกแบบและการบรรจุ หีบห่อสินค้า
4. ทดสอบสินค้าที่ต้องการเจาะตลาดในตลาดเป้าหมาย เพื่อนำผลลัพธ์แจ้งให้ผู้ผลิตทราบ สำหรับปรับปรุงต่อไป
5. ศึกษาวิเคราะห์ เผยแพร่ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าของประเทศต่าง ๆ แก่ผู้ผลิตและผู้ส่งออก
6. จัดทำทะเบียนรายชื่อหน่วยงานและบริษัท ที่ให้บริการคานการออกแบบอุตสาหกรรมในสาขาต่าง ๆ
7. จัดทำตัวอย่างสินค้าไปแสดงที่ศูนย์พาณิชย์กรรมต่างประเทศ และที่ศูนย์บริการส่งออกเพื่อหาช่องทางในการส่งออก
8. จัดแสดงสินค้าเป็นพิเศษ เพื่อต้อนรับผู้แทน การค้าจากต่างประเทศทั้งภาครัฐบาลและเอกชน
9. รวบรวมแคตตาล็อกสินค้าประเภทต่าง ๆ จากต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่และจัดแสดงให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออก ทราบถึงวิวัฒนาการใหม่ ๆ ในอันที่จะให้แนวความคิด ในการปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่ หรือหาทางที่จะผลิตสินค้าใหม่ ๆ เสนอต่อตลาด
10. สํารวจข้อมูล เพื่อแก้ปัญหาทางคานการปรับปรุงสินค้า โดยส่งสินค้าไปสํารวจความต้องการ ของตลาดที่มีต่อสินค้าในคานคุณภาพ การออกแบบ ความนิยมและแนวทางในการตลาด

การดำเนินงานไต่จําแนกงานออกตามลักษณะ ดังนี้

คัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีลูทางส่งออก ทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีลูทางส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ โดยการทดสอบจากผู้ใช้โดยตรงและพิจารณาจากแคตตาล็อกจากต่างประเทศ ที่ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ ส่งมาให้ว่าผลิตภัณฑ์อะไรบ้างที่สามารถผลิตในประเทศไทย และมีคุณภาพได้มาตรฐานที่จะส่งออกได้ ตลอดจนที่ฝ่ายแนะนำได้ เสนอผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหาในการส่งออก

จัดส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อทดสอบ โดยส่งผลิตภัณฑ์พร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต เพื่อทำการทดสอบมาตรฐานและคุณภาพ ตลอดจนรสนิยมและความต้องการของตลาดโดยจัดส่งให้

1. สถาบันทดลองในต่างประเทศ เพื่อทดสอบคุณสมบัติ คุณภาพ ว่าสอดคล้องกับมาตรฐานที่ประเทศนั้น ๆ กำหนดไว้หรือไม่
2. ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ เพื่อทดสอบกับตลาดว่า ถูกต้องกับรสนิยมของตลาดในท้องถิ่นหรือไม่ ตลอดจนราคาและประโยชน์ในการใช้สอย

เมื่อทราบผลแล้วจะนำผลดังกล่าวมาวิเคราะห์และแจ้งให้ผู้ผลิตทราบถึงผลการทดสอบ ตลอดจนแนะนำแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ให้ตรงตามมาตรฐานและรสนิยมของตลาดต่างประเทศ โดยติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขในด้านเทคนิคการผลิต

จัดแสดงตัวอย่างสินค้า จัดแสดงตัวอย่างสินค้าที่ผลิตในไทย เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ซื้อสนใจ โดยจัดแสดงสินค้าตัวอย่าง ณ ศูนย์บริการส่งออก และศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ

จัดแสดงตัวอย่างสินค้าเป็นพิเศษ เป็นการจัดแสดงตัวอย่างสินค้าเป็นพิเศษ เพื่อต้อนรับผู้แทนการค้า ที่เดินทางมาซื้อสินค้าจากประเทศไทย เป็นการจูงใจให้ผู้ผลิตมีความกระตือรือร้นที่จะปรับปรุงคุณภาพ รูปแบบ ราคา ของสินค้าของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ

จัดแสดงแคตตาล็อก โดยการรวบรวมแคตตาล็อกจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่ศูนย์พาณิชย์กรรมส่งมาให้ ซึ่งจัดแสดง ปีละ 2 ครั้ง พร้อมทั้งให้คำแนะนำแก่ผู้ผลิตเกี่ยวกับคุณภาพ รูปแบบ และจูงใจให้ผลิตสินค้า ตามแคตตาล็อก นอกจากนี้ยังเป็นการเผยแพร่ความต้องการของตลาดในต่างประเทศ และแนวโน้มของความนิยมของตลาดว่า

เป็นไปในรูปใด ตลอดจนการนำผลของการจัดในแต่ละครั้งมาศึกษาถึงปัญหาของผู้ผลิต เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขและให้คำแนะนำในโอกาสต่อไป

จัดทำทะเบียนรายชื่อผู้ใช้บริการด้านออกแบบ รวบรวมรายชื่อและทำทะเบียนเพื่อสะดวกในการใช้ ของผู้ใช้บริการการออกแบบ (Industrial Design) แขนงต่าง ๆ เช่น Graphic Design, Package Design, Product Design เพื่อแนะนำให้ผู้ผลิตได้ใช้บริการเหล่านั้นในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และขยายตลาดในต่างประเทศให้กว้างขวางขึ้น

ร่วมมือกับฝ่ายฝึกอบรมและสัมมนา โดยจัดการสัมมนาเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ผลิตได้รับทราบถึงประโยชน์และวิธีในการออกแบบ ที่มีต่อการส่งเสริมการส่งออก และจูงใจให้มีการปรับปรุงการออกแบบ ทำให้มีสินค้าใหม่ ๆ ออกมาสู่ตลาดด้วย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ และแนวทางสำคัญ สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา มีดังนี้

ในปี 2518 ศูนย์บริการส่งออก ได้ดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. จัดแสดงตัวอย่างสินค้าอุตสาหกรรม ณ ศูนย์บริการส่งออก รวม 62 ชนิด
2. จัดแสดงตัวอย่างสินค้าไทยในตู้กระจก (Window Show) ด้านหน้าของศูนย์บริการส่งออก 4 ครั้ง คือ
 - สินค้าเครื่องครัว
 - สินค้าเครื่องนุ่งห่ม
 - วัสดุก่อสร้าง และเครื่องสุขภัณฑ์
 - สินค้าที่ใช้ในการเดินทาง ร่วมกับสินค้าเครื่องหนังอื่น ๆ
3. จัดส่งตัวอย่างสินค้าเครื่องทองลงหิน ไปทดสอบคุณภาพและดูทางจำหน่ายในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน
4. รวบรวมตัวอย่างสินค้าและแคตตาล็อกของต่างประเทศที่พิจารณาเห็นว่าผู้ผลิตในประเทศไทยสามารถผลิตและสามารถส่งไปขายแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ เช่น เนคไท ที่เปิดจุกชวค ที่เซี่ยมูหรี เทปเสื้อผ้าสตรี เป็นตัวอย่างให้ผู้ผลิตสินค้าไทยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Adaptation) ให้ได้มาตรฐานสากล
5. เสนอแนะให้กระทรวงการต่างประเทศใช้ผลิตภัณฑ์ไทย อาทิเช่น จาน ชาม และเครื่องช้อนส้อมทองลงหิน ในกิจกรรมของกระทรวงการต่างประเทศ

ตั้งแต่ปี 2519 เป็นต้นมา ศูนย์บริการส่งออกได้รวบรวมตัวอย่างสินค้าใหม่ ๆ ที่ผลิตได้ในประเทศ และมีผู้ทางส่งไปจำหน่ายในต่างประเทศมาแสดงไว้ในห้องแสดงถาวร ณ ศูนย์บริการส่งออก และรวบรวมส่งไปแสดงที่ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศด้วย สินค้าที่ส่งแ่งออกได้ 10 ประเภท คือ

1. เครื่องใช้ในบ้าน เฟอร์นิเจอร์ ไม้แกะเครื่องใช้แสนเลส เครื่องปั้นดินเผา เครื่องหวาย ฯลฯ
 2. เครื่องก่อสร้าง ไม้แกะ ไม้พื้นปาเก้ วงกบ กรอบหน้าต่างอลูมิเนียม กระจก กระเบื้องเคลือบ ไม้อัด แผ่นยิบซัม กระจก กระจกหลังคา พลาสติก และอุปกรณ์เครื่องสุขภัณฑ์
 3. เครื่องประดับสตรี
 4. เครื่องใช้สำนักงาน
 5. เครื่องถ้วยชาม ที่ผลิตจาก Pewter, Melamine, Plastic แสตนเลส
- เครื่องทองลงหิน
6. เครื่องกระป๋องและอาหารสัตว์
 7. สินค้าอุตสาหกรรม ไม้แกะยางรถยนต์ เครื่องจักรยาน อาหลัยรถยนต์ ข้อต่อท่อต่าง ๆ เสื้อฝ้าย ไฟฉาย เครื่องไฟฟ้า เครื่องคิดเลข เครื่องมือแพทย์
 8. เครื่องหนัง เครื่องกีฬา เครื่องยาง ไม้แกะ ผลิตภัณฑ์ยาง กระเป๋าเดินทาง รองเท้า เครื่องกีฬา เป็นต้น
 9. สิ่งทอ ไม้แกะ ป่านหลอด เสื้อสำเร็จรูป ผ้ายนหนุ
 10. สินค้าหัตถกรรม ไม้แกะ เครื่องเคลือบ ชนิดตั้งโชว์ เครื่องไม้แกะสลัก และสินค้าหัตถกรรม อื่น ๆ

ตารางที่ 3

ผลการปฏิบัติงานของงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี 2519-2521

กิจกรรม	หน่วย	ปริมาณ		
		2519	2520	2521
1. ทดสอบสินค้า	ชนิด	8	8	10
2. ศึกษารายละเอียด ปัญหา เพื่อการปรับปรุง	ชนิด	4	30	35
3. จัดแสดงตัวอย่างสินค้า	ชนิด	100	150	200
4. จัดแสดงสินค้าก่อนรับผู้แทนการค้า	ชนิด	10	10	10
5. จัดแสดงแคตตาล็อก	ครั้ง	1	1	2
	ชนิด	20	25	30

ที่มา : ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์, กุมภาพันธ์ 2522

งานข้อมูลการค้า (Trade Information Service)

งานข้อมูลการค้าเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก คือ ใน พ.ศ. 2518 การจัดตั้งโครงสร้างภายในศูนย์บริการส่งออก ได้คำนึงถึงความสำคัญของข้อมูลการค้าว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานของศูนย์บริการส่งออก ดังนั้นการจัดรูปงานภายในศูนย์บริการส่งออก จึงได้จัดให้มีงานข้อมูลการค้าขึ้นเป็นงานหนึ่ง

งานข้อมูลการค้าที่จัดตั้งขึ้นนี้ไม่ใช่งานใหม่ เพราะแต่เดิมกองพัฒนาพาณิชย์ กรมพาณิชย์สัมพันธ์ ก็ได้ดำเนินงานด้านนี้มาแล้ว โดยมีห้องสมุดซึ่งได้ดำเนินการรวบรวมเอกสารหนังสือและข้อมูลของการค้ามาแล้วระยะหนึ่ง การจัดตั้งงานข้อมูลการค้าในศูนย์บริการส่งออก จึงเริ่มจากฐานเดิมซึ่งกองพัฒนาพาณิชย์ได้ทำไว้แล้ว เพียงแต่นำมาขยายปรับปรุงให้ใหญ่ขึ้น

และเหมาะสมยิ่งขึ้นเท่านั้น

กรมพาณิชย์สัมพันธ์ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์อันใหญ่หลวงว่าหากได้มีการขยายขอบเขตการให้บริการข้อมูลทางการค้าให้กว้างขวางมากขึ้น ก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อธุรกิจของเอกชน และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก จึงได้ริเริ่มขยายงานห้องสมุดการค้าเดิมจัดตั้งเป็นงานข้อมูลการค้าขึ้น โดยได้ติดต่อขอความช่วยเหลือจากศูนย์การค้าระหว่างประเทศ (International Trade Center UNCTAD/GATT) เพื่อช่วยสร้างระบบการให้บริการข้อมูลการค้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งได้รับความช่วยเหลือด้วยก็ โดยในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2519 ศูนย์การค้าระหว่างประเทศได้จัดส่ง Mrs.S.C.Goonetilleke มาสำรวจเพื่อพิจารณาปัญหาและหาแนวทางสำหรับการปรับปรุงงานนี้ ต่อมาเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2519 ศูนย์การค้าระหว่างประเทศ ได้ส่งผู้เชี่ยวชาญอีกท่านหนึ่ง คือ Mrs.M.Nabulsi มาดำเนินการจัดสร้างระบบข้อมูล ของศูนย์บริการส่งออกและรวบรวมข้อมูลทางการค้าทั้งหมดของประเทศไทย ให้เป็นไปตามคำแนะนำจากรายงานผลการสำรวจที่ทำไว้แต่ต้น

หน้าที่และความรับผิดชอบของงานข้อมูลการค้า

งานข้อมูลการค้ามีหน้าที่ในการจัดหาและรวบรวมเอกสารการค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยวิธีการจัดซื้อ แลกเปลี่ยน และขอภินันท์นาการเอกสารที่จัดหาได้แก่

1. หนังสือประเภทสารานุกรมผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้นำเข้าของประเทศต่าง ๆ (Trade Directory)
2. หนังสือพิกัดอัตราศุลกากร (Customs Tariff) ของประเทศต่าง ๆ มีจำนวน 75 ประเทศ
3. สถิติการค้าในรูปแบบของ Microfiche ซึ่งเป็นสถิติของการนำเข้าและการส่งออกของกลุ่มประเทศ OECD¹ ครอบคลุมสินค้า 1,800 ชนิด
4. หนังสือประเภทสถิติการค้า เช่น การนำเข้า การส่งออกของโลก และประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทย มีจำนวน 187 ประเทศ
5. หนังสือประเภทสินค้า (Product) มีจำนวน 739 ชนิด
6. หนังสือประเภทประเทศ (Country) มีจำนวน 213 ประเทศ

¹

OECD : Organization for Economic Co-operation and Development.

7. หนังสือประเภทกิจกรรม (Function) เช่น กฎระเบียบข้อบังคับ ในการนำเข้าของประเภทต่าง ๆ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อ การคิดฉลาก การขนส่ง ฯลฯ จำนวน 142 รายการ

8. ประเภทวารสารต่าง ๆ ประกอบด้วย วารสารรายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน รายปี ฯลฯ

9. เอกสารประเภทกฤตภาค (Newspaper Clipping) มีจำนวน 101 หัวเรื่อง

10. ข้อมูลผู้ประกอบการของประเทศไทย (Firms Information) กำลังดำเนินการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์จัดเก็บและให้บริการ

การดำเนินงานของงานข้อมูลการค้า แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. งานจัดหาข้อมูล
2. งานเทคนิคข้อมูล
3. งานระบบจัดเก็บข้อมูล
4. งานบรรณารักษ์

งานจัดหาข้อมูล มีดำเนินงานดังนี้

- ตรวจสอบดูแลแหล่งข้อมูล และติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เป็นแหล่งข้อมูล เพื่อสอบถามอ้างอิง
- ควบคุมดูแลโครงสร้างของการกระจายข้อมูล
- เสนอรายชื่อหนังสือ, ข้อมูล เพื่อพิจารณาถึงความจำเป็นในการจัดหาพร้อมทั้ง เสนอวิธีการจัดหา
- ดำเนินการจัดหาหนังสือและข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ

งานเทคนิคข้อมูล มีหน้าที่ดังนี้

- จำแนกข้อมูลและให้รหัสเป็นหมวดหมู่
- จัดทำบัตรรายการสำหรับใช้ในการค้นข้อมูล เพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ
- ศึกษาสาระและการใช้ข้อมูล โดยจำแนกประเภทเอกสารและทำสาระสังเขป
- ให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ข้อมูล โดยจัดทำคู่มือการใช้ข้อมูล

- จำแนกรายชื่อผู้ผลิตผู้ส่งออกของไทยตามประเภทสินค้า
- กำหนดหัวเรื่อง ของหนังสือ/วารสาร ลงในบัตรรายการ
- งานคัดเลือกและจำแนกบทความจากวารสารและสิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ

งานระบบจัดเก็บข้อมูล มีหน้าที่ในการดำเนินงาน

- ศึกษาระบบการตัดเก็บข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลที่มาจาก(Unpublished Sources.)
- รับผิดชอบดูแลการใช้ข้อมูลจาก Microfiche. และจัดหาข้อมูลในรูปแบบของ Microform.
- ติดต่อบริษัทงานใช้ข้อมูลจาก Computer. ของศูนย์สถิติการพาณิชย์
- ทำแผนงาน การเลือก จัดเก็บข้อมูลโดย Computer.
- ทำบัตรครรชนี (Index Card) ของข้อมูล

งานบรรณารักษ์ มีหน้าที่ในการดำเนินงาน

- ให้บริการตอบคำถามทางโทรศัพท์
- แนะนำวิธีการใช้เอกสารข้อมูล บริการค้นคว้าต่าง ๆ
- ทำสารานุกรมรวมและสารานุกรมเฉพาะเรื่อง
- จัดทำรายชื่อหนังสือและวารสารใหม่ เพื่อแจ้งให้ผู้ใช้ทราบ
- สืบรวจข้อมูลกองการตลาดเพื่อจัดหาใหม่ข้อมูลที่ทันสมัยอยู่เสมอ
- บริการแปลเอกสารให้แก่ผู้ใช้ที่มีความรู้ในคานภาษาไม้คัพ
- ทำสถิติการใช้ข้อมูลของผู้เข้ารับบริการ ตลอดจนสถิติการยืมเอกสารต่าง ๆ

งานบรรณารักษ์ กำลังจะปรับปรุงให้เป็นงานเผยแพร่และวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งกำลังอยู่ในระหว่างการพิจารณา

จากหน้าที่ของงานที่กล่าวมาแล้ว การดำเนินงานของงานข้อมูลการค้า มีขั้นตอนพอสรุปได้ดังนี้

1. ระบุชนิดของข้อมูลในแต่ละประเภทที่จะดำเนินการจัดเก็บ
2. พิจารณาแหล่งข้อมูล ที่จัดหาข้อมูลมาเสนอความต้องการได้อย่างดีที่สุด
(Selection) ซึ่งได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือจาก ESCAP และ

3. จัดหาข้อมูล (Acquisition)
4. การจำแนกและทำแคตตาล็อก (Classification & Cataloging)
5. การเก็บเข้าที่เพื่อพร้อมที่จะใช้ (Storage)

จากหน้าที่และขั้นตอนการดำเนินงานของงานข้อมูลการคัดกรองแล้ว งานข้อมูลการค้ายังกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานไว้คือ รวบรวมและจำแนกข้อมูลการค้าเพื่อให้บริการแก่ภาคเอกชนเป็นอันดับแรก

งานให้บริการข้อมูลของงานข้อมูลการค้า มีดังนี้

1. การใช้บัตรรายการ (Card Catalogue) เป็นเครื่องช่วยคน
2. การให้คำแนะนำวิธีการใช้เอกสาร ข้อมูลตลอดจนการช่วยคนควาหาเอกสารแก่ผู้ใช้บริการ
3. จัดทำรายชื่อหนังสือและวารสาร ตามประเภทของข้อมูล เช่น Product Country และ Function
4. จัดทำโครงการระบบข้อมูลผู้ประกอบการ (Firms Information System) โดยใช้ Computer ปฏิบัติงาน
5. การชักจูงให้มีการใช้บริการข้อมูลให้มากขึ้นโดย

- จัดทำ Periodical Display Shelf.

- จัดส่งหนังสือ Inform เอกสารใหม่ให้แก่เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ของศูนย์บริการส่งออก เพื่อให้ทราบถึงใหม่ ๆ

- การเปิดคอลัมน์ "เปิดเพิ่มข้อมูล" ในวารสารศูนย์บริการส่งออก เพื่อแนะนำหนังสือและวารสารที่เห็นว่าจะเป็นประโยชน์และน่าสนใจต่อพ่อค้าและนักธุรกิจ

เกี่ยวกับสถิติของผู้มาใช้บริการ มีพ่อค้าและนักธุรกิจมาใช้บริการมากถึง 90 %

นักศึกษาและนักวิจัย 10 % อื่น ๆ 10 %¹ ในพ.ศ. 2522 งานข้อมูลการค้ามีงานที่จะต้องดำเนินการมากและมีเจ้าหน้าที่อยู่เพียง 9 คน ทำให้ไม่เพียงพอกับงานบริการที่มากขึ้นตามเป้าหมายใน พ.ศ. 2522 จะต้องมีเจ้าหน้าที่ในการดำเนินงานนี้ถึง 23 คน แต่เนื่องจากงบประมาณและอัตราไม่มี จึงมีเจ้าหน้าที่เพียง 9 คน หากมีอัตรากำลังเป็นไปตามเป้าหมายแล้วคิดว่า

¹ สัมภาษณ์, วรรณวิไล รัตนภาส หัวหน้างานข้อมูลการค้า ศูนย์บริการส่งออก

สามารถให้บริการได้ดีกว่าที่เป็นอยู่

ผลการปฏิบัติงาน ใน พ.ศ. 2518 - 2519 รวบรวมได้ดังนี้

ปริมาณหนังสือและเอกสาร	2518 (มี.ย.-ธ.ค.)	2519
รับ	792 เล่ม	5,513 เล่ม
เก็บ	754 เล่ม	4,622 เล่ม
จำแนก	257 เล่ม	2,525 เล่ม

ผู้ใช้บริการ

ผู้ใช้โดยตรง	746 ราย	7,423 ราย
ผู้ใช้โดยผ่านฝ่ายอื่น ๆ	512 ราย	1,729 ราย

ใน พ.ศ. 2520 - 2521 ได้มีผลงานดังนี้

1. งานจัดหาเอกสารข้อมูล	2520	2521
- หนังสือ	1,147	1,737 เล่ม
- วารสาร	331	77 รายการ
- อื่น ๆ	1,129	2,546 ชิ้น
2. งานรับเอกสารข้อมูล	1,518	3,361 รายการ
3. งานจำแนกประเภทเอกสารข้อมูล	1,752	3,536 เล่ม
4. งานมีทราสาระสังเขป	14,016	28,080 เรื่อง
5. งานบริการผู้มาใช้บริการ	1,498	2,726 ราย
	1,194	1,498 เรื่อง

ที่มา : ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์
กุมภาพันธ์ 2522

งานเอกสารเผยแพร่

จัดทำเอกสารเผยแพร่ข้อมูลการค้าและสินค้า ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ คู่มือแนะนำการค้า แคนตาล็อก ตลอดจนโบรชัวร์และรายชื่อผู้ผลิต ผู้ส่งออกของไทย เพื่อเผยแพร่แก่นักธุรกิจ ทั้งในและต่างประเทศ ให้ทราบความเคลื่อนไหวและภาวะตลาดการค้าของโลก

สำหรับผู้ส่งออกของไทยนั้น ศูนย์บริการส่งออก ได้รวบรวมข่าวสารข้อมูลการค้าจากต่างประเทศมาให้ทราบ เพื่อที่จะได้ติดตามความเคลื่อนไหวได้ทันต่อเหตุการณ์ ต่าง ๆ และในขณะเดียวกัน ก็จัดพิมพ์เรื่องราวข้อมูลการผลิตการส่งออกของไทยส่งไปเผยแพร่ในต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ซื้อในต่างประเทศได้ทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าของไทยว่าเราสามารถผลิตสินค้าอะไรได้บ้าง ส่งสินค้าชนิดใดออกจำหน่าย ในตลาดต่างประเทศบ้าง เป็นการเชิญชวนให้ผู้ซื้อจากต่างประเทศสนใจและสั่งซื้อสินค้าไทย

เอกสารเผยแพร่การส่งออกนี้ ฝ่ายเอกสารได้จัดส่งไปเผยแพร่ในต่างประเทศ โดยผ่านศูนย์พาณิชย์กรรม สำนักงานทูตพาณิชย์ สถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลไทย และจัดส่งให้นักธุรกิจที่ขอมาโดยตรง
เอกสารเผยแพร่ที่จัดทำ มีดังนี้

วารสารศูนย์บริการส่งออก ฉบับภาษาไทย จัดพิมพ์เป็นรายเดือนรวบรวมข่าวสารเคลื่อนไหวทางการค้าระหว่างประเทศ ทั้งจากรายงานของศูนย์พาณิชย์กรรมและสำนักงานที่ปรึกษาการพาณิชย์ในต่างประเทศ รวมตลอดทั้งติดตามศึกษาคนควาจากวารสารและเอกสารต่าง ๆ โดยกำหนดจำนวนพิมพ์ 7,000 ฉบับต่อเดือน จัดส่งให้ผู้ส่งสินค้าออกทั่วไป หน่วยงานทางการค้าของเอกชนและทางราชการ ทั้งในและนอกประเทศ ตลอดจนผู้สนใจ

วารสารศูนย์บริการส่งออก ฉบับภาษาอังกฤษ (Thailand Exporting) จัดพิมพ์เป็นราย 3 เดือน จำนวนครั้งละ 5,000 ฉบับ เป็นการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารทางการค้าและการผลิตสินค้าทั้งอุตสาหกรรม หัตถกรรม และเกษตรกรรม ที่ผลิตในประเทศไทย รวมทั้งความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในทางการค้า เศรษฐกิจ ให้ผู้ซื้อในต่างประเทศที่สนใจจะซื้อสินค้าไทยเป็นการเผยแพร่เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ไทย ให้ตลาดต่างประเทศทราบ ซึ่งรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับการค้ากับต่างประเทศ และการผลิตสินค้าจากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน โดยจัดส่งให้นักธุรกิจในต่างประเทศที่สนใจ และหน่วยงานสถาบันสมาคมการค้าต่าง ๆ ทั่วโลก

สารานุกรมผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมไทย (Thailand Industrial Directory)

เป็นการจัดทำคู่มือรายชื่อผู้ผลิตของไทย เพื่อส่งออกเผยแพร่ในต่างประเทศ ตลอดจนรายงาน
 ความเศรษฐกิจของประเทศและวิเคราะห์สินค้าประเภทต่าง ๆ ที่สำคัญ ในส่วนที่เกี่ยวกับการ
 ส่งออก โดยจัดพิมพ์จำนวน 10,000 เล่ม จัดส่งให้สมาคม หอการค้า หน่วยงานและนักธุรกิจ
 ทั่วโลก ตลอดจนสถานเอกอัครราชทูตต่างประเทศ ประจำประเทศไทย และสถานราชการของ
 ไทยในต่างประเทศ จัดพิมพ์ปีเว้นปี

Thailand's Exporters จัดพิมพ์เพื่อช่วยเผยแพร่รายชื่อผู้ส่งออกของไทยให้ผู้

ซื้อต่างประเทศได้รับทราบพร้อมทั้งบทความต่าง ๆ เกี่ยวกับเศรษฐกิจของประเทศไทย และ
 สถิติการส่งออก ตลอดจนแคตตาล็อกของสินค้าที่ส่งออกได้ โดยแบ่งออกเป็น 10 ประเภท
 รวมทั้งรายชื่อผู้ผลิต จัดพิมพ์ครั้งละประมาณ 5,000 เล่ม โดยพิมพ์ปีเว้นปี โดยสลับกับสารานุกรม
 ผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมไทย

Planning a Business Trip to Thailand เป็นการจัดพิมพ์คู่มือเพื่อให้ข้อมูลแก่

นักธุรกิจต่างประเทศ ในการเดินทางเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับ
 สถานะเศรษฐกิจของไทย รายละเอียดของสถานที่ที่จะติดต่อขอข้อมูลทางการค้าได้

แคตตาล็อกสินค้าไม้ จัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่สินค้าไทย ให้นำเข้าในต่างประเทศทราบ
 ควยรูปภาพ และคำบรรยายตลอดจนชื่อที่อยู่ของผู้ผลิตสินค้านั้น ๆ

เอกสารเผยแพร่กิจกรรมของศูนย์บริการส่งออก (Leaflets) จัดทำเพื่อเผยแพร่

กิจกรรมต่าง ๆ ของศูนย์บริการส่งออก ให้นักธุรกิจทั้งชาวไทยและต่างประเทศทราบ โดยนำ
 ไปวางเผยแพร่ ณ โรงแรมต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ ท่าอากาศยาน จัดพิมพ์ประมาณ 5,000
 แผ่น มีคำบรรยายพร้อมภาพประกอบ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักธุรกิจจากต่างประเทศ
 มาใช้บริการของศูนย์บริการส่งออก

เอกสารประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใบแทรกหนังสือพิมพ์ (Supplement) จัดทำขึ้นโดย

ร่วมมือกับหนังสือพิมพ์ ควบการจัดข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการส่งออก ศูนย์พาณิชย์กรรม ในต่าง
 ประเทศ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมของศูนย์ให้นักธุรกิจของไทยทราบโดยแทรกในหนังสือพิมพ์รายวัน

คู่มือสำหรับคณะผู้แทนการค้า จัดพิมพ์ตามวัตถุประสงค์ของคณะผู้แทนการค้า โดยใช้เป็น เครื่องมือเผยแพร่กิจกรรมของคณะผู้แทนการค้า ในโอกาสที่เดินทางไปหาตลาดต่างประเทศ

เอกสารโฆษณากิจกรรมของศูนย์ในรูปแบบของการแสดงสินค้า (Exhibit) เพื่อเผยแพร่กิจกรรม ของศูนย์ฯ ให้นำเข้าในต่างประเทศทราบ มีรูปภาพและคำบรรยายประกอบ จำนวนพิมพ์ประมาณ 100 ชิ้น เพื่อใช้ทั้งแสดงในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

ตารางที่ 4 : ผลการดำเนินงานเอกสารเผยแพร่ที่ผ่านมา

รายการ	หน่วย	ม.ย.-ธ.ค. 2518	2519	2520	2521
วารสารศูนย์บริการส่งออกลanguageไทย	เล่ม	3,000	12,000	12,000	15,500
วารสารศูนย์บริการส่งออกลanguageอังกฤษ	เล่ม	-	-	10,000	15,000
Thailand Industrial Directory.	เล่ม	10,000	-	5,000	-
Thailand's Exporters	เล่ม	-	5,000	-	5,000
Planning a Business Trip To Thailand	เล่ม	-	-	-	5,000
แคตตาล็อก	ประเภท	3	3	2	2
	ฉบับ	30,000	30,000	20,000	9,000
เอกสารประชาสัมพันธ์	เรื่อง	-	-	720	551
เอกสารเผยแพร่อื่น ๆ	ฉบับ	5,000	35,000	35,000	21,000
แนะนำเทคนิค	ฉบับ	-	-	-	1,300
	เรื่อง	-	-	-	3
แนะนำการส่งออก	ฉบับ	-	-	-	1,000
	เรื่อง	-	-	-	502
แนะนำประเทศ	ฉบับ	-	-	-	2,500
	เรื่อง	-	-	-	11

ที่มา. ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ กุมภาพันธ์ 2522

งานฝึกอบรมและสัมมนา

งานฝึกอบรมและสัมมนาเป็นงานที่มีความสำคัญสูงอีกงานหนึ่งในการส่งเสริมการส่งออกและเป็นหน้าที่ของการให้บริการของศูนย์บริการส่งออก เพราะโดยทั่วไปแล้วนักธุรกิจไทยยังมีความรู้ความชำนาญในการส่งออกไม่เพียงพอ ดังนั้น การดำเนินงานฝึกอบรมผู้ประกอบการและข้าราชการที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจส่งออก หรือปฏิบัติราชการให้ทันต่อเหตุการณ์และมีประสิทธิภาพดำเนินการ โดยงานฝึกอบรมและสัมมนาซึ่งจะต้องสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการเพื่อนำมาศึกษา ค้นคว้า หาวิธีแก้ไขและขณะเดียวกันก็จำเป็นต้องศึกษา ค้นคว้า เทคนิคการบริหารงานสมัยใหม่ หรือข้อบกพร่องอื่นใดที่จะเพิ่มพูนความรู้ของผู้ประกอบการแล้ว จึงจัดฝึกอบรมหรือจัดประชุมสัมมนาขึ้น โดยยึดหลักว่าการฝึกอบรมเป็นการให้ความรู้ในด้านเทคนิคการบริหารงาน ส่วนการสัมมนาเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของตลาดและของรัฐบาลหรือเป็นการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคอันมีผลกระทบกระเทือนต่อการประกอบธุรกิจอย่างกว้างขวาง ตลอดจน นอกจากนี้ฝ่ายฝึกอบรมและสัมมนาจะต้องถือเป็นหน้าที่ที่จะต้องจัดหาผู้บรรยายที่มีความรู้ความสามารถ ทั้งด้านวิชาการและการปฏิบัติ ก็จะต้องเป็นฝ่ายแนะนำแนวทางการบรรยาย จัดพิมพ์และจัดหาเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นผู้ประสานงานและเข้าร่วมในการบรรยาย ตลอดจนติดตามและสรุปผลการจัดฝึกอบรมและสัมมนาเพื่อเสนอแนะการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากมาตรการของรัฐบาล หรือวิธีการดำเนินงานของหน่วยราชการอื่น โดยสรุปแล้ว ฝ่ายฝึกอบรม มีหน้าที่เสริมสร้างให้ผู้ประกอบการรวมทั้งราชการที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในสถานะที่จะดำเนินการธุรกิจหรือปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานฝึกอบรมและสัมมนาได้จำแนกงานไว้ดังนี้

งานสัมมนาผู้ส่งออก เป็นงานที่จัดให้มีการบรรยาย ชี้แจง อภิปราย ชักถามปัญหา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในปัญหาเกี่ยวกับการส่งออก

งานฝึกอบรมผู้ส่งออก เป็นการฝึกอบรมผู้ส่งออกโดย จัดให้มีการสอน ด้วยวิธีบรรยาย ศึกษาค้นคว้า ฝึกงาน หรือวิธีอื่นใดเพื่อแนะนำความรู้ เทคนิค โดยละเอียดในด้านการส่งออก

งานฝึกอบรมภายใน กำหนดหลักสูตรดำเนินการฝึกอบรมโดยจัดให้มีการสอบบรรยาย สรุป การปฏิบัติงาน สำหรับเจ้าหน้าที่ทางราชการที่ปฏิบัติงานด้านส่งออก ทั้งที่ปฏิบัติงานอยู่แล้ว และ

ที่เพิ่งเข้ามาใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในงานเดิมหรืองานใหม่ที่ได้รับมอบหมาย

จัดทำเอกสารสัมมนาและฝึกอบรม คำเนิการที่ศึกษาค้นคว้า รวบรวมความรู้ด้านเทคนิคการส่งออก เพื่อนำไปจัดทำเอกสารประกอบการฝึกอบรมและสัมมนา หรือเพื่อจัดให้มีการเผยแพร่โดยวิธีการอื่นให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานส่งออก ในอันที่จะเพิ่มพูนความรู้ซึ่งจำเป็นต่อการส่งออก

งานจัดบรรยายพิเศษ จัดส่งเจ้าหน้าที่ไปบรรยายเทคนิคการตลาด สินค้าออก หรือปัญหาการส่งออกอื่น ๆ ให้กับหน่วยราชการ สถาบันการศึกษา ชมรมผู้ส่งออก สมาคมเป็นต้น

งานคัดเลือกส่งบุคคลเข้ารับทุน คำเนิการเกี่ยวกับการจัดส่งบุคคลเข้ารับทุน ฝึกอบรมและสัมมนา ในต่างประเทศ เป็นการคัดเลือกและจัดสรรทุนที่ได้รับจากหน่วยงาน เช่น ASEAN Training Programme in Export Promotion, ITC, EEC, ESCAP และทุนอบรมสัมมนาด้านการส่งออกที่ได้ในนามของรัฐบาลประเทศต่าง ๆ

งานให้คำแนะนำด้านเทคนิคการส่งออกรายบุคคล เป็นงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคการส่งออกรายบุคคลตลอดจนให้คำปรึกษาเทคนิคการส่งออกด้านต่าง ๆ เช่น Costing & Pricing, Packaging, Export Documentation. โดยให้คำแนะนำแก่บุคคลเฉพาะราย

งานประชุมระหว่างประเทศ เป็นการดำเนินงานโดยจัดให้มีการประชุมในด้านการค้าธุรกิจ เศรษฐกิจตลอดจนสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งได้ริเริ่มขึ้นในปี 2522

ขอมขายการดำเนินงานของฝ่ายฝึกอบรมและสัมมนา มีดังนี้

ก. สํารวจหาแหล่งความรู้และหาประสบการณ์ในการส่งออก โดยพิจารณาจาก

1. ผู้ชำนาญการ (บุคคล)

ก) ผู้ชำนาญการจากต่างประเทศ ได้รับความร่วมมือจาก ITC-UNCTAD/GATT, ESCAP, EEC, ASEAN Training Programme in Export Promotion, Irish Export Board.

ข) ผู้ชำนาญการภายในประเทศ ได้มาจากศูนย์บริการส่งออกและส่วนราชการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถาบันการศึกษา สมาคม ทางการค้า และผู้ประกอบการส่งออก รวมถึงองค์การของรัฐบาลต่างประเทศประจำกรุงเทพฯ

2. เอกสารและอุปกรณ์ อันเกี่ยวกับความรู้และเทคนิคในการส่งออก ได้มาจาก ITC, Export Training Pack. ฝ่ายบรรยายภายนอกและในประเทศ ฝ่ายข้อมูลของศูนย์บริการส่งออก เอกสารด้านเทคนิคที่มีการฝึกอบรม ฯ ตลอดจนข้อมูลและเอกสาร ในการฝึกอบรมสัมมนา ที่จัดในครั้งก่อน ๆ

ข. สำรวจความต้องการ ของสังคมธุรกิจและส่วนราชการในการขยายขีดความสามารถของบุคคลที่ปฏิบัติงานด้านการส่งออก โดยสำรวจจาก หน่วยงาน

- ธุรกิจส่งออกเอกชน
- สมาคมการค้าและหอการค้า
- กลุ่มหรือชมรมผู้ส่งออก
- สถาบันการศึกษา
- ส่วนราชการ
- เจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการส่งออก ที่ติดต่อกับผู้ใช้บริการ
- ผู้เชี่ยวชาญที่มาทำการสำรวจความต้องการในประเทศ

จากขอขยายการดำเนินงานดังกล่าว ฝ่ายฝึกอบรมและสัมมนาได้ดำเนินการรวบรวมแหล่งข้อมูล จัดทำทะเบียนเพื่อสะดวกในการติดต่อประสานงาน และพิจารณาถึงเรื่องหลักฐานที่จะจัดฝึกอบรมหรือสัมมนา เพื่อถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งในอนาคตจะมีการดำเนินงานจัดทำเป็นคู่มือ หรือตำราในการส่งออก

ผลงานในการดำเนินงานของฝ่ายฝึกอบรมและสัมมนา ที่ผ่านมาในส่วนที่ให้บริการฝึกอบรมและสัมมนาแก่ภาคเอกชน สรุปได้ดังนี้

ในปี 2518 ได้จัดให้มีการสัมมนาทางวิชาการในส่วนของการบริการภาคเอกชนดังนี้

1. เรื่อง "นโยบายว่าด้วยการพัฒนาการส่งออก" (Symposium on Export Development Policy for Thailand) จัดขึ้นระหว่างวันที่ 18 - 20

เมษายน 2518 มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 30 คน

2. เรื่อง "ภาวะและปัญหาการส่งสินค้าออกไปญี่ปุ่น" โดยศูนย์บริการส่งออกร่วมกับกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสมาคมอุตสาหกรรมไทย จัดให้มีการสัมมนาระหว่างวันที่ 27 - 28 พฤษภาคม 2518 ณ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย มีผู้เข้าร่วมสัมมนาประมาณ 100 คน

3. เรื่อง Export Development and Promotion. โดยศูนย์บริการส่งออก
 ออกร่วมกับ International Trade Center UNCTAD/GATT จัดสัมมนา ระหว่าง วันที่ 18 -
 29 สิงหาคม 2518 ณ โรงแรมเอเชีย กรุงเทพฯ เป็นการสัมมนาตาม ASEAN Training
 Programme มีผู้เข้าร่วมสัมมนา ประกอบด้วยนักธุรกิจและผู้แทนส่วนราชการจากมาเลเซีย
 สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ประเทศละ 4 คน จากประเทศไทย 10 คน รวมเป็น
 26 คน ส่วนผู้บรรยายเป็นผู้เชี่ยวชาญจากประเทศภาคีอาเซียนทั้ง 5 แล้ว ยังมีผู้เชี่ยวชาญจาก
 ศูนย์การค้าระหว่างประเทศและองค์การพัฒนาการแห่งสหประชาชาติมาร่วมบรรยายด้วย

4. เรื่อง "การค้ากับประเทศสังคมนิยมยุโรปตะวันออกและสหภาพโซเวียตส์เซีย"
 ระหว่างวันที่ 10 -11 กันยายน 2518 มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จากเอกชน 70 คน ข้าราชการ
 16 คน รวมเป็น 86 คน ผู้บรรยายมาจาก ITC-UNCTAD/GATT และกรมการค้าต่างประเทศ

การสัมมนาอีก 2 ครั้ง เป็นการสัมมนาภายในหน่วยงานของราชการในปี 2519
 ได้ดำเนินการฝึกอบรมและสัมมนาสรุปได้ดังนี้

จัดฝึกอบรมแก่นักธุรกิจและข้าราชการ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ
 ด้านการค้าเงินธุรกิจและการส่งออกดังนี้

1. การคิดต้นทุนและการตั้งราคาเพื่อการส่งออก จัดขึ้นระหว่างวันที่ 10 - 14
 พฤษภาคม 2519 มีผู้เข้ารับการอบรม 21 คน
2. การเลือกและวิเคราะห์ตลาดในต่างประเทศ จัดระหว่างวันที่ 12 - 14
 มิถุนายน 2519 มีผู้เข้าร่วม 23 คน
3. การเงินเพื่อการส่งออก (Export Financing) จัดระหว่างวันที่ 9 - 11
 มิถุนายน 2519 มีผู้เข้ารับการอบรม 33 คน
4. การบรรจุหีบห่อและป้ายฉลากเพื่อการส่งออก จัดขึ้นระหว่างวันที่ 13 - 15
 กันยายน 2519 จำนวนผู้เข้าอบรม 29 คน

จัดสัมมนานักธุรกิจ 2 ครั้ง ดังนี้

1. เรื่อง EEC Custom Preferences (Under GSP) For Export Product
 From Thailand. จัดขึ้นระหว่างวันที่ 23 - 29 มกราคม 2519 มีผู้
 เข้าร่วมสัมมนา 158 คน
2. เรื่อง "สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรทั่วไปของประชาคมยุโรป" จัดขึ้นระหว่าง
 วันที่ 8 - 14 กันยายน 2519 มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 102 คน

ในปี 2520 ได้จัดให้มีการฝึกอบรมและสัมมนาเรื่องต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

การฝึกอบรมทั่วไป

1. เรื่อง "ความรู้เบื้องต้นในการส่งออก" ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 8 - 10 กุมภาพันธ์ 2520 มีผู้เข้าร่วมอบรม 35 คน
2. เรื่อง "เอกสารเพื่อการส่งออก" ระหว่างวันที่ 8 - 10 มีนาคม 2520 มีผู้เข้าอบรมจำนวน 52 คน
3. เรื่อง "ความรู้เบื้องต้นในการส่งออก" ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 17 - 19 พฤษภาคม 2520 ผู้เข้าอบรมจำนวน 52 คน
4. เรื่อง "การส่งเสริมการส่งออก" ระหว่างวันที่ 26 - 28 กรกฎาคม 2520 ผู้เข้าร่วมอบรม 45 คน
5. เรื่อง "การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการควบคุมคุณภาพสินค้าเพื่อการส่งออก" เป็นการจัดอบรมระหว่างประเทศ เมื่อวันที่ 24 - 30 ตุลาคม 2520 ผู้เข้าอบรม 25 คน
6. เรื่อง "การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการควบคุมคุณภาพสินค้าเพื่อการส่งออก" เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม - 2 พฤศจิกายน 2520 ผู้เข้าร่วมอบรม 45 คน

การสัมมนา มีรายการดังนี้

1. ระบบการใช้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรของสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ - 2 มีนาคม 2520 มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 144 คน
2. ขบวนการบรรจุหีบห่อสำหรับการส่งออก เมื่อวันที่ 18 - 21 กรกฎาคม 2520 ผู้เข้าร่วมสัมมนาจำนวน 150 คน

ในปี 2521 มีการสัมมนาและฝึกอบรมดังนี้

1. เรื่องการตลาดอาเซียนไปยังประเทศประชาคมยุโรป ระหว่างวันที่ 16 - 17 มกราคม 2521 ผู้เข้าร่วมสัมมนา 180 คน
2. เรื่องการตลาดสินค้าเครื่องเทศ จักระหว่างวันที่ 23 - 24 กุมภาพันธ์ 2521 มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 50 คน
3. เรื่องการตลาดสินค้าออกในประเทศตะวันออกกลาง เมื่อวันที่ 17 - 19 เมษายน 2521 มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 124 คน

4. สัมมนาหตุพชาติชัย ปี 1978 ระหว่างวันที่ 19 - 21 เมษายน 2521 มีผู้เข้าร่วม
สัมมนา 30 คน
5. เรื่อง การขยายสินค้าออกโดยวิธีการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เมื่อวันที่ 18
พฤษภาคม 2521 มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 110 ราย
6. สัมมนาการตลาดส่งออกในประเทศส่งกมนิยมยุโรปตะวันออก ระหว่างวันที่
9 2 11 สิงหาคม 2521 จำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา 86 คน
7. สัมมนาการคุ้มครองสัญญาการค้าระหว่างประเทศ เป็นการสัมมนาระหว่าง
ประเทศ จัดขึ้นในวันที่ 20 กันยายน 2521 จัดโดยสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
และหอการค้านานาชาติ มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 25 คน
8. สัมมนา การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งออก เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2521
จำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา 60 คน
9. ฝึกอบรมเรื่อง การขยายการค้าระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียน เมื่อวันที่
16 - 20 ตุลาคม 2521 มีผู้เข้าร่วมฝึกอบรมจำนวน 30 คน
10. ฝึกอบรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งออก ระหว่างวันที่ 7-10 พฤศจิกายน
2521 มีผู้เข้าร่วมอบรม 18 คน

งานประสานงานศูนย์พาณิชย์กรรม

เป็นงานที่ดำเนินงานโดยเป็นตัวกลางในการประสานงานของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการส่งข้อมูลและตัวอย่างสินค้าให้แก่ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ

การดำเนินงานประสานงานของศูนย์พาณิชย์กรรม จำแนกออกได้ดังนี้

1. พิจารณาข้อมูลที่ได้รับจากศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศว่าควรจะมีมอบหมาย
ให้ฝ่ายใด
2. จัดส่งตัวอย่างสินค้าไทย ไปตั้งแสดง ณ ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ
3. จัดทำและรวบรวมข้อมูลของบริษัทผู้ผลิต ผู้ส่งออกของไทย ส่งไปศูนย์พาณิชย์
กรรมในต่างประเทศ

4. รวบรวมรายละเอียดในด้านการผลิต การจำหน่าย และข้อมูลอื่นๆ ที่จำเป็นจากบริษัทต่างๆ ที่ได้นำตัวอย่างสินค้ามาแสดง ณ ศูนย์บริการส่งออก เพื่อบริการแก่คณะผู้แทนการค้าและนักธุรกิจจากต่างประเทศ

5. จัดส่งเอกสารเผยแพร่ที่ศูนย์บริการส่งออกจัดทำขึ้น ไปให้ยังศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ

ตารางที่ 5

ผลการดำเนินงานของงานประสานงานศูนย์พาณิชย์กรรม

ลักษณะงาน	หน่วย	ปี			
		ม.ย.-ธ.ค. 2518	2519	2520	2521
งานส่งตัวอย่าง	ประเภท	38	73	81	157
งานส่งข้อมูล	ครั้ง	27	92	132	172

ที่มา : ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ กุมภาพันธ์ 2522

งานศูนย์พาณิชย์กรรมต่างประเทศ

เป็นหน่วยงานในต่างประเทศที่คอยสนับสนุนและประสานงานกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกกับศูนย์บริการส่งออก งานศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศจะศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการตลาดในต่างประเทศ หากตลาดในต่างประเทศสำหรับสินค้าไทย บริการขอเสนอเทศทางการค้าแก่นักธุรกิจ และติดตามผลการแสดงสินค้าไทยในต่างประเทศ จัดตัวอย่างสินค้าหรือแคตตาล็อกสินค้าที่จะนำไปเผยแพร่ที่ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ โดยคำนึงถึงระยะเวลา ภาวะการผลิตและภาวะการตลาด ทั้งนี้ โดยเน้นหนักไปในสินค้าที่ประเทศไทยผลิตได้เพียงพอเพื่อการส่งออก และมีช่องทางที่จะจำหน่ายในต่างประเทศได้ และในกรณีที่เห็นสมควร อาจจัดงานสัปดาห์สินค้าไทยขึ้นที่ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศได้ เพื่อดึงดูดความสนใจในกิจกรรมของศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศด้วย นอกจากนี้ฝ่ายประสานงานศูนย์พาณิชย์กรรมจะคอยทำหน้าที่รวบรวมและจัดส่งข้อมูลการตลาดภายในประเทศให้แก่ศูนย์

พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ให้นำเข้า และในนัยกลับกันก็ให้รวบรวมข้อมูลการตลาดในเขต
 คุนเลขของศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ให้แก่วุฒิสถและผูส่งออกของไทยต่อไปด้วย

จะเห็นได้ว่าศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ ทำงานเช่นเดียวกับศูนย์บริการส่งออกในกรุงเทพฯ
 โดยมีฝ่ายแนะนำให้ข้อมูลทางการค้า ซึ่งเป็นหน่วยงานเล็ก ๆ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่คนไทย 2 คนและคน
 ทองถิ่น 2 คน ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศไม่มีฝ่ายฝึกอบรมและจัดทำเอกสารการค้าต่าง ๆ เพราะ
 มีศูนย์บริการส่งออกจัดส่งไปให้

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ มีดังนี้

1. เพื่อส่งเสริมให้สินค้าไทยมีตลาดในการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมากที่สุด ทั้งในด้าน
 ปริมาณและมูลค่า โดยจัดให้มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อทดสอบความต้องการของตลาดต่างประเทศ
 และเข้าสู่ตลาดนั้น ๆ โดยอาศัยข้อมูลจากศูนย์บริการส่งออก
2. เพื่อขยายตลาดการส่งออกให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งในตลาดเดิมและตลาดใหม่ โดยมุ่งให้
 มีการเจรจาเพื่อทำสัญญาซื้อขายในระดับธุรกิจเอกชน
3. เพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของการป้อนข้อมูลการค้าทุกชนิดให้ศูนย์บริการส่งออก และเป็น
 แหล่งรับข้อมูลจากศูนย์บริการการส่งออก เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์บริการส่งออกของประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ
 เอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ส่งซื้อสินค้าไทย และผู้ส่งสินค้าไทยออก ตลอดจนอำนวยความสะดวกใน
 ด้านการตอบข้อสงสัย ให้กับสำนักงานพาณิชย์ในภูมิภาคนั้น ๆ

ศูนย์ พาณิชยกรรมในต่างประเทศจะปฏิบัติงานให้โดยเต็มที่ จะต้องได้รับการประสานงานกับ
 ศูนย์บริการส่งออกโดยตรง ในขณะที่เกี่ยวกับศูนย์บริการส่งออกจะให้บริการแก่ผู้มาติดต่ออย่างมีประสิทธิภาพ
 เพิ่มขึ้น ก็ต้องได้รับการสนับสนุนจากศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศทางด้านการตลาดต่าง ๆ
 สำหรับหน่วยงานอื่น ๆ ที่ร่วมประสานงานกันคือ

1. กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและกระทรวงอุตสาหกรรม ในแง่ข้อมูลการค้าและการ
 การผลิต
2. กระทรวงการต่างประเทศ ในรูปของข้อมูลของสนธิสัญญาการค้ากับต่างประเทศ ตลอดจน
 วิธีการต่าง ๆ
3. องค์การระหว่างประเทศ ในรูปของความร่วมมือและความช่วยเหลือทางด้านการส่งออก

4. สมาคมการค้า-อุตสาหกรรม ในรูปของการกระจายข้อมูล
5. ธุรกิจเอกชน ในรูปการใช้บริการเพื่อการส่งออกทุกด้าน
6. สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ

การดำเนินงานของศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ จำแนกออกได้ดังนี้คือ.

การสำรวจและวิเคราะห์ตลาด (Market Survey and Analysis)

เป็นการสำรวจตลาดและทดสอบตลาดของสินค้าที่มีอยู่ทางการส่งออก และวิเคราะห์ตลาดเพื่อทราบถึงแนวโน้มของตลาดในต่างประเทศ ความต้องการ ตลอดจนราคาของสินค้า

การเจาะตลาดสำหรับสินค้าเป้าหมาย (Market Penetration) เป็นการส่งเสริมให้สินค้าที่เป็นเป้าหมายสำหรับส่งออกให้เข้าสู่ตลาดที่ต้องการ

การประมวลข่าวตลาด (Market Intelligence) เป็นการรวบรวมข้อมูลการตลาด และสถานะของสินค้าต่าง ๆ ในภูมิภาคนั้น ๆ ว่ามีการเคลื่อนไหวอย่างไร ตลอดจนท่าทีและแนวทางปฏิบัติของคู่แข่ง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Adaptation) ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมของสินค้าต่าง ๆ ที่สามารถผลิตได้ในประเทศไทย วิทยาการเทคนิคสมัยใหม่ และแตกตลาดของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ผลิตในประเทศไทย ทำการปรับปรุงสินค้า ให้เหมาะสมกับตลาดในต่างประเทศ

การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นสื่อกลางระหว่างพ่อค้านักธุรกิจต่างประเทศที่ประสงค์จะซื้อสินค้าไทย ตลอดจนบริการในด้านการติดต่อหาผู้ซื้อสินค้าไทย เป็นการเปิดช่องทางให้แก่สินค้าไทย ให้มีโอกาสแข่งขันและขยายตลาดเพิ่มขึ้น ตลอดจนเข้าร่วมแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ของภูมิภาคนั้น ๆ

การส่งเสริมระบบผู้ซื้อตลาด (Licensing) เป็นการเสาะหาสินค้าและผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ เพื่อหาผู้ทางให้เขายินยอมที่จะให้ผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันในประเทศไทยผลิตสินค้าส่งออกในชื่อของเขาได้

การบริหารงานทั่วไป (General Administrations) เป็นการดำเนินงานบริหารทั่วไป และรวบรวมบริการให้คำแนะนำแก่ผู้สนใจจากประเทศไทย ตลอดจนต้อนรับคณะผู้แทนการค้าของไทย และจัดให้มีการพบปะกับผู้ซื้อในต่างประเทศ

ศูนย์บริการส่งออก มีศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ เพื่อช่วยงานส่งเสริมการส่งออกให้ขยายวงกว้างออกไป ดังนี้คือ.

1. ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา จัดตั้งขึ้นในปี 2517
2. ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครแฟรงค์เฟิร์ต ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันนี้ จัดตั้งขึ้นใน

ปี 2517

3. ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย จัดตั้งขึ้นในปี 2519
4. ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา จัดตั้งขึ้นในปี 2520
5. ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรีย จัดตั้งขึ้นในปี 2522

นอกจากนี้ศูนย์ฯ ยังร่วมมือกับประเทศภาคีสมาคมอาเซียน รวมจัดตั้งศูนย์พาณิชย์กรรมอาเซียนในกลุ่มประเทศสะแกนดิเนเวีย และร่วมมือกับประเทศญี่ปุ่น จัดตั้งศูนย์อาเซียน-ญี่ปุ่น ณ กรุงโตเกียว จะเปิดดำเนินการได้ประมาณปลายปี 2522

ตารางที่ 6

ผลงานของศูนย์พาดิชยกรรมทางประเทศ

ลักษณะงาน	หน่วย	มีย.-ตค. 2518	2519	2520	2521
สำรวจและวิเคราะห์ตลาด	ประเภท	12	29	33	38
เจาะตลาด	ชนิด	4	8	9	12
พัฒนาผลิตภัณฑ์	ชนิด	-	3	8	9
ประมวลข่าวตลาด	ครั้ง	42	76	117	192
ให้บริการแนะนำ	ครั้ง	575	2,262	2,765	3,156
ส่งเสริมการจำหน่าย	ประเภท	9	10	19	27
งานส่งเสริมระบบผู้ส่งออก	ราย	-	-	-	1
รับคณะผู้แทนจากไทย	ราย	-	2	3	3

ที่มา: ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ กุมภาพันธ์ 2522

งานไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางการค้า

ศูนย์บริการส่งออกได้รับมอบหมายจากกระทรวงพาณิชย์ ให้ดำเนินการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางการค้า โดยการสอบสวนหาข้อเท็จจริง และหาทางแก้ไขปัญหา เพื่อหาวิธีประนีประนอมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ให้เจรจาหาทางตกลงกัน ปัญหาที่มีการร้องเรียนกันมาก จำแนกได้ดังนี้คือ.

1. การค้างชำระหนี้ของบริษัทผู้ซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. การผิดสัญญาการค้า เช่น การส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา สินค้าไม่ตรงตามคุณภาพที่ระบุไว้ในสัญญา ชำระเงินไม่ตรงตามเวลา สินค้าไม่ตรงตามบัญชีสินค้า ได้รับสินค้าไม่ครบหรือไม่ถูกต้อง ฯลฯ
3. ผู้ซื้อชำระเงินเรียบร้อยแล้ว แต่ผู้ขายไม่ส่งสินค้าให้
4. ในกรณีสินค้าสูญหายระหว่างทาง ผู้ขายไม่ยอมส่งสินค้าชดเชยให้ใหม่
5. การแต่งตั้งตัวแทนการค้าในต่างประเทศ มีการผิดข้อตกลงในการชำระค่านายหน้า
6. เมื่อมีการคำนวณค่าขนส่งผิดพลาด ผู้ขายไม่ยอมรับผิด
7. อื่น ๆ

การดำเนินงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางการค้า ในปี 2518 ดำเนินการไกล่เกลี่ย 21 ราย ในปี 2519 ดำเนินการไกล่เกลี่ย 60 ราย จนถึงเดือนธันวาคม 2519 จึงได้โอนงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางการค้าไปสังกัดกรมการค้าต่างประเทศ