

บทบาทของศูนย์บริการส่งออกต่อการส่งสินค้าออกของประเทศไทย



นายสมชาย สักคุ

005193

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาพาณิชย์ศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2523

THE ROLE OF EXPORT SERVICE CENTER ON EXPORT OF THAILAND

Mr.Somchaay Skulkoo

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement

for the Degree of Master of Commerce

Department of Marketing

Graduate School

Chulalongkorn University

1980

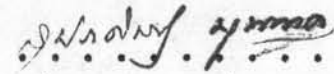
หัวข้อวิทยานิพนธ์ บทบาทของศูนย์บริการส่งออกต่อการส่งสินค้าออกของประเทศไทย

โดย นายสมชาย สุกุล

ภาควิชา การตลาด

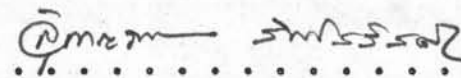
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาภรณ์ ลิ้มปิสวัสดิ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้แนบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุประคิษฐ์ บุณนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ปรียา วอนขอพร)

.....  กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาภรณ์ ลิ้มปิสวัสดิ์)

.....  กรรมการ
(นายสิริชัย สร้อยทอง)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ บทบาทของศูนย์บริการส่งออกต่อการส่งสินค้าออกของประเทศไทย
ชื่อ นิสิต นายสมชาย สกลฤกษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาภรณ์ ลิมปิสวัสดิ์
ภาควิชา การตลาด
ปีการศึกษา 2522



บทคัดย่อ

ศูนย์บริการส่งออก หรือ กองพัฒนาพาณิชย์ เป็นหน่วยงานราชการ สังกัดกรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ มีหน้าที่ในการส่งเสริมสินค้าออก โดยการชักนำผู้ซื้อจากต่างประเทศให้ติดต่อซื้อขายกับผู้ผลิตภายในประเทศไทย และในขณะเดียวกันก็สนับสนุนให้ผู้ส่งออกของไทย มีความก้าวหน้าในตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ผลิตและผู้ส่งออกรายย่อย

ศูนย์บริการส่งออก เป็นจุดรวมในอันที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกจะใช้ประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นการพบปะเจ้าหน้าที่เพื่อขอคำแนะนำในการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน และข้อมูลเกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศ ตลอดจนพบปะกับผู้ซื้อจากต่างประเทศ เพื่อเจรจาตกลงซื้อขายกัน นอกจากนี้ ศูนย์บริการส่งออก ยังมีห้องสมุดเพื่อรวบรวมข้อมูลทางการค้าไว้บริการแก่ผู้ผลิตและผู้ส่งออก สำหรับศึกษาเพื่อใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาดในต่างประเทศ และทราบถึงความเคลื่อนไหวของตลาดต่างประเทศที่มีความต้องการในสินค้าชนิดใดบ้าง

การบริการอีกประการหนึ่งของศูนย์บริการส่งออก คือการจัดทำหนังสือและเอกสารเผยแพร่ให้แก่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกของประเทศไทย โดยแจกจ่ายไปยังผู้ซื้อในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของไทย ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางในตลาดต่างประเทศ

ศูนย์บริการส่งออก แบ่งหน่วยงานออกเป็น 5 ฝ่ายด้วยกัน คือ ฝ่ายแนะนำการค้า ฝ่ายข้อมูลการค้า ฝ่ายเอกสารเผยแพร่ ฝ่ายฝึกอบรม และฝ่ายประสานงานศูนย์พาณิชย์กรรม

✦ การศึกษาวิจัยนี้ ใ้คงมุ่งศึกษาถึงการดำเนินงานของศูนย์บริการส่งออก ทั้งการจัดการและการดำเนินงาน ศึกษาถึงหน่วยงานที่ทำหน้าที่คล้ายคลึงกัน ทั้งหน่วยงานในประเทศและของต่างประเทศ อาทิ JETRO, KOTRA และหน่วยงานของประเทศสมาชิกสมาคมอาเซียน เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ

เทียบการดำเนินการ การให้บริการ ตลอดจนการดำเนินงานด้านเทคนิคของผู้ผลิตผู้ส่งออกที่เกี่ยวข้องกับบริการ
ของศูนย์บริการส่งออกว่ามีแนวโน้มอย่างไร มีข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น หรือมีความต้องการให้ศูนย์บริ-
การส่งออกช่วยเหลืออย่างไร

ผลจากการศึกษา ส่งผลให้เห็นถึงความสำคัญของศูนย์บริการส่งออกในอันที่จะให้บริการเพื่อส่ง-
เสริมการส่งออกให้เพิ่มมากขึ้น อันเป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยตรง และได้ทราบถึงปัญ-
หาและข้อบกพร่องที่ควรปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมและดียิ่งขึ้น เพื่อเสริมสร้างให้ศูนย์บริการส่งออก
ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล / ผลของการศึกษารูปได้ว่า ศูนย์บริการส่งออก
มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการส่งออก สำหรับภาวะปัจจุบัน และในอนาคต ซึ่งการคลากระ-
หว่างประเทศจะมีบทบาทมากขึ้น จึงสมควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ขยายขอบข่ายงานของศูนย์บริการ
ส่งออกให้มีฐานะที่เหมาะสมในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้รับกับสังคมอุตสาหกรรมใน
ประเทศไทย ที่จะตามมาในอนาคต ศูนย์บริการส่งออกจะเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการส่งออก โดย
จะเอื้อประโยชน์โดยตรงต่อเศรษฐกิจมวลรวมของประเทศอย่างแท้จริง

Thesis Title The Role of Export Service Center on Export of Thailand.
Name Mr.Somchaay Skulkoo
Thesis Advisor Assistant Professor Sukarnchana Limpisvasti
Department Marketing
Academic Year 1979

ABSTRACT

The Export Service Center (ESC) is a government division within the Department of Commercial Relations, Ministry of Commerce. The role of the Export Service Center is to bring foreign buyers into contact with local manufacturers/producers and vice versa in order to stimulate the growth of Thailand's export sector, especially the small scale manufacturers/producers and exporters.

The Export Service Center was envisaged as a focal point and meeting place for the manufacturers/producers to learn what products and standards were demanded by foreign buyers. At the same time, the Export Service Center provides a comprehensive library facility where manufacturers/producer can study information in commercial literatures in order to modify their own products to meet market demands abroad, and to become aware of current development of foreign market.

The Export Service Center has also undertaken major promotion efforts both through its trade centers and through wide circulations of its colourful illustrated journals and brochures designed to familiarise foreign buyers with export products manufactured in Thailand.

The Export Service Center is divided into five sections namely, Advisory Service Section, Trade Information Service Section, Trade Publication Section, Training Section, and Trade Centers Coordination Section.

This thesis aims to make a comparative study of the management and operations of the Export Service Center, the foreign Trade centers such as JETRO, KOTRA, and other export promotion offices in the ASEAN countries, as well as to study the attitudes, the requirements and proposals of Thai exporters/producers and manufacturers who have used services pro-

vided by the Export Service Center, in order to determine the areas of potential improvements in the service or role of the center.

The result of this thesis indicates that at present, the Export Service Center is useful and best for export promotion. In the future, the role of international trade will be more important to our economic system. Therefore in order to operate at full efficiency in promoting export, the Export Service Center needs to expand both in its activities and status. The growth of international trade will develop and expand the Thai economy and improve the balance of trade.



กิติกรรมประกาศ

การศึกษาถึงบทบาทของศูนย์บริการส่งออกที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย ผู้เขียนได้รับความอุปการะจาก ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ซึ่งได้มอบทุนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการวิจัยค้นคว้า ผู้เขียนขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง มา ณ ที่นี้

ผู้เขียนได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาภรณ์ ลิมปิสวัสดิ์ ซึ่งรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และได้ให้ความช่วยเหลือแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข เป็นอย่างดี และได้กรุณาแนะนำให้ผู้เขียนขอรับทุนอุดหนุนการวิจัยดังกล่าว ซึ่งเป็นพระคุณอย่างสูง

ผู้เขียนได้รับความร่วมมือจากศูนย์บริการส่งออกเป็นอย่างดี โดยเฉพาะ คุณศิริชัย สร้อยทอง เจ้าหน้าที่การพาณิชย์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ตรวจสอบแก้ไขข้อเท็จจริงเกี่ยวกับศูนย์บริการส่งออก นอกจากนี้ยังได้รับความกรุณาจาก คุณวรรณวิไล รทโนภาส คุณทรงชัย ไสเสวทวารีย์ คุณวิฑูร คุสัยานนท์ คุณสุพิศรา ศรีสุข คุณณิศา วัฒนาคิลก คุณรมดีย์ ชูทองโสภาส คุณดวงมลายี พิริยะวงค์ และ คุณวิศิษฐ์ศรี จินตนา แห่งศูนย์บริการส่งออก คุณต้นต รุจิจร หัวหน้าแผนกเก็บ กองกลาง กระทรวงพาณิชย์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลเป็นอย่างดียิ่ง

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ปรีชา วอนขอพร ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ซึ่งได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำต่าง ๆ และขอขอบคุณผู้ผลิตและผู้ส่งออกทุกท่านที่ไกรกรุณาสะดวกอันนี้ค่าให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ขอขอบคุณ คุณสว่าง พระราชีระ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการจัดทำ ขอคุณ เพื่อน ๆ พี่ น้อง ที่ได้ให้ความช่วยเหลือทั้งกำลังกายและสนับสนุนทั้งกำลังใจ ตลอดจน

ผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณ และขอบคุณ ท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ทั้งที่กล่าวนามและมีได้กล่าวนามในที่นี้ ประโยชน์ที่ได้รับจากการค้นคว้าครั้งนี้ จะเป็นพื้นฐานในการศึกษาและพัฒนาต่อไป สำหรับขอบกพร่องใด ๆ ผู้เขียนขออภัยไว้แก่ผู้เคี่ยว

สมชาย สกฤต

ธันวาคม 2522

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทยง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษฉ
กิตติกรรมประกาศช
รายการตารางประกอบญ
รายการภาพประกอบฉ
รายการแผนภูมิประกอบฉ
บทที่	
1. บทนำ1
2. การจัดตั้งและการบริหารงานของศูนย์บริการส่งออก6
3. การให้บริการของศูนย์บริการส่งออก	25
4. การดำเนินงานของหน่วยงานที่มีหน้าที่ส่งเสริมการส่งออก	63
5. การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ส่งออกที่ใช้บริการ	88
6. สรุปและขอเสนอแนะ	114
บรรณานุกรม123
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	127
ภาคผนวก ข. คำอธิบายโดยย่อของหน่วยงานและกิจกรรมที่อ้างอิง	132
ภาคผนวก ค. ขั้นตอนการส่งออกโดยสังเขป	137
ประวัติผู้เขียนโดยย่อ143



1. ภาควิชาการ
 2. ภาควิชาการ

รายการตารางประกอบ

	หน้า
ตารางที่ 1. ผลการปฏิบัติงาน งานแนะนำการค้า พ.ศ. 2519 - 2521	30
2. ผลการปฏิบัติงาน งานส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ส่งออก	35
3. ผลการปฏิบัติงาน งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2519 - 2521	40
4. ผลการปฏิบัติงาน งานเอกสารเผยแพร่	50
5. ผลการปฏิบัติงานประสานงานศูนย์พาณิชย์กรรม	57
6. ผลการปฏิบัติงานศูนย์พาณิชย์กรรมทางประเทศ	61
7. คู่มือการค้าระหว่างประเทศของประเทศเกาหลี ระหว่างปี 2513 - 2521	82
8. การติดต่อกับศูนย์บริการส่งออก	90
9. วิธีการได้รับข่าวสารเพิ่มเติมจากศูนย์บริการส่งออก	92
10. ชนิดของข่าวสารที่ได้รับจากศูนย์บริการส่งออก	94
11. ผลการติดต่อกับลูกค้าที่ศูนย์บริการส่งออกแนะนำให้	96
12. การเปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละในการให้บริการและคะแนนเฉลี่ย	106
13. การเปรียบเทียบจำนวนผู้ซื้อและผู้แสดงความกิตเห็นของแต่ละงาน	107

รายการภาพประกอบ

ภาพที่ 1.	ตัวอย่างเอกสารเผยแพร่ภาษาไทย ของศูนย์บริการส่งออก.	47
2.	ตัวอย่างเอกสารเผยแพร่ภาษาอังกฤษ ของศูนย์บริการส่งออก.	49
3.	การเปรียบเทียบอัตราค่าตั้งของหน่วยงานส่งเสริมการส่งออกของประเทศต่าง ๆ.	87

รายการแผนภูมิประกอบ

หน้า

แผนภูมิที่ 1.	การจัดองค์การของกรมพาณิชย์สัมพันธ์ พ.ศ.2518 ก่อนการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก.	10
2.	การจัดองค์การของกรมพาณิชย์สัมพันธ์ พ.ศ.2518 หลังการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก.	11
3.	การแบ่งส่วนราชการของกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ.2522	20
4.	สายการบังคับบัญชาและการแบ่งหน่วยงานของศูนย์บริการส่งออก.	21
5.	การจัดองค์การของ JETRO ประเทศญี่ปุ่น.	68
6.	การจัดองค์การของ KOTRA ประเทศเกาหลี.	75
7.	การจัดองค์การของ BFT ประเทศฟิลิปปินส์	85