



บทที่ 2

การจัดตั้งและการบริการงานของศูนย์บริการส่งออก

การจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก

ศูนย์บริการส่งออกเป็นหน่วยงานที่ขึ้นกับกรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ มีชื่อทางราชการว่า กองพัฒนาพาณิชย์ เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการในด้านข้อมูลเกี่ยวกับการค้าแก่ผู้ผลิตและผู้ส่งออก โดยเน้นหนักไปในด้านตลาดต่างประเทศ ในอันที่จะหาแหล่งที่มีความต้องการสินค้าต่าง ๆ ที่ผลิตได้ในประเทศเพื่อส่งออกสู่ตลาดโลก โดยศูนย์บริการส่งออกจะเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศและผู้ผลิตและผู้ส่งออกในประเทศ เพื่อแนะนำข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางในการเจรจาตกลงซื้อขายกัน

บทบาทของศูนย์บริการส่งออกจะมีผลต่อการส่งออกมากขึ้นในอนาคต เพราะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 กำหนดเป้าหมายเกี่ยวกับการส่งออกให้เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 14 ต่อปี¹

ใน พ.ศ. 2517 ศูนย์บริการส่งออกซึ่งยังใช้ชื่อว่า กองพัฒนาพาณิชย์ มีหน้าที่ในการดำเนินงานดังนี้

1. งานจัดทำคู่มือแนะนำการค้าโดยร่วมกับสถาบันทางการค้า มหาวิทยาลัย และหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ศึกษาค้นคว้าข้อเท็จจริงถึงอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ในทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจการค้าขนาดย่อม และการส่งสินค้าออก เพื่อประโยชน์ในการให้คำแนะนำแนวทางในการประกอบธุรกิจการค้าแก่ผู้สอบถาม

¹สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2520 - 2524, อักสำเนา

2. งานฝึกอบรม จากข้อมูลที่ได้อีกศึกษา ได้ดำเนินการฝึกอบรม ประชุมสัมมนาผู้ประกอบธุรกิจขนาดย่อม ผู้ส่งสินค้าออก และข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ ให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น¹

ใน พ.ศ. 2517 กรมพาณิชย์สัมพันธ์ ได้จัดตั้งศูนย์พาณิชย์กรรมกลางขึ้น โดยดำเนินการจัดตั้งศูนย์พาณิชย์กรรมขึ้นในกรุงเทพมหานคร และในต่างประเทศ ซึ่งอยู่ภายใต้ความควบคุมของกองเผยแพร่สินค้าไทย มีหน้าที่ดังนี้

1. สำรวจผลิตภัณฑ์และสินค้าที่ผลิตขึ้นในประเทศ เพื่อหาทางส่งเสริมให้มีคุณภาพและตลาดการจำหน่ายดียิ่งขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. จัดแสดงเผยแพร่สินค้าไทยขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. ดำเนินการจัดตั้งศูนย์พาณิชย์กรรมขึ้นในต่างจังหวัดและต่างประเทศ²

ใน พ.ศ. 2518 กองเผยแพร่สินค้าไทย มีหน้าที่ในการดำเนินงานดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้า สำรวจ รวบรวมรายชื่อผลิตภัณฑ์ และสินค้าสำคัญที่ผลิตขึ้นในประเทศรวมทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ส่งออก เพื่อจัดทำทะเบียน
2. จัดแสดงเผยแพร่สินค้าไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. ดำเนินงานของศูนย์พาณิชย์กรรมกลาง ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและตลาดของสินค้าไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริการขอเสนอเทศทางการค้าแก่นักธุรกิจ พิจารณาเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายและวางแผนดำเนินงานของศูนย์อาเซียนฝ่ายไทยและศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ ประสานงาน ติดตามผลการปฏิบัติงานและสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ และศูนย์พาณิชย์กรรมในประเทศสมาชิกของสมาคมอาเซียนฝ่ายไทย

¹กระทรวงพาณิชย์, รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2517, โรงพิมพ์ชาวพาณิชย์ กรุงเทพฯ, 2517, หน้า 24

²เรื่องเดียวกัน หน้า 23

4. คำเนิงานของศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ คัดตอประสานงานกับศูนย์พาณิชย์กรรมกลาง ที่ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการตลาดในต่างประเทศ หาตลาดในต่างประเทศสำหรับสินค้าไทย บริการขอสนเทศทางการค้าแกพอคา นักธุรกิจ และติดตามผลการแสดงสินค้าไทยในต่างประเทศ

5. บริการและคำเนิงานของศูนย์พาณิชย์กรรมในประเทศสมาชิกของสมาคมอาเซียน ฝ่ายไทย ร่วมกับประเทศสมาชิกคัดตอประสานงานกับศูนย์พาณิชย์กรรมกลาง และดูแลการคำเนิงานของศูนย์ในส่วนของประเทศไทย

6. บริหารและคำเนิงานของศูนย์บริการส่งออก เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านการค้าทั้งที่เกี่ยวกับสินค้าและตลาดการค้าใหม่อยู่ในที่แ่งเดียวกัน และเพื่อให้เป็นแหล่งกลางในการให้บริการและคำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลด้านการค้าตลอดจนระเบียบวิธีการในการส่งสินค้าออกแก่ผู้ส่งออก¹

ใน พ.ศ. 2518 นี้ หน้าที่ของกองพัฒนาพาณิชย์ ยังคงเช่นเดียวกับใน พ.ศ. 2517 จนกระทั่งเดือนเมษายน 2518 ได้มีการรวมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านส่งออกให้เป็นหน่วยเดียวกัน โดยเริ่มจากหน่วยงานที่มีเจ้าหน้าที่ประมาณ 40 คน จากการโอนศูนย์พาณิชย์กรรมกลาง ซึ่งในขณะนั้นทำหน้าที่เป็นศูนย์บริการส่งออกราย เข้าร่วมกับกองพัฒนาพาณิชย์ ซึ่งมีหน้าที่ในการจัดทำคู่มือแนะนำการค้าและงานฝึกอบรม และได้กำหนดหน้าที่ของศูนย์บริการส่งออกดังนี้

1. เป็นแหล่งกลางในการให้บริการและคำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลด้านการค้า ตลอดจนระเบียบวิธีการในการส่งสินค้าออกแก่ผู้ส่งออก ขจัดปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก
2. ร่วมมือและประสานงานกับสถาบันธุรกิจการค้า สถาบันการศึกษาและส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการค้า เพื่อประโยชน์ในการฝึกอบรม การประชุมสัมมนา และการจัดทำเอกสารเพื่อการโฆษณาและเผยแพร่สินค้าไทย คำเนิงานฝึกอบรม การประชุมสัมมนาแก่ผู้ประกอบการและข้าราชการที่เกี่ยวข้อง

¹กระทรวงพาณิชย์, รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2518, "อำนาจหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์และกรมในสังกัด" โรงพิมพ์ชาวพาณิชย์ กรุงเทพฯ, พ.ศ. 2518 หน้า 36

3. จัดตั้งศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการค้ากับต่างประเทศให้
 ขวางยิ่งขึ้น โดยเป็นสื่อกลางในการติดต่อ แนะนำ ชี้ช่องทาง การสั่งซื้อสินค้าจากประเทศ
 ไทย และจัดแสดงสินค้าเป็นครั้งคราว ติดตามประเมินผลการแสดงสินค้า และประมวล
 ข้อมูลการตลาดในเขตดูแล

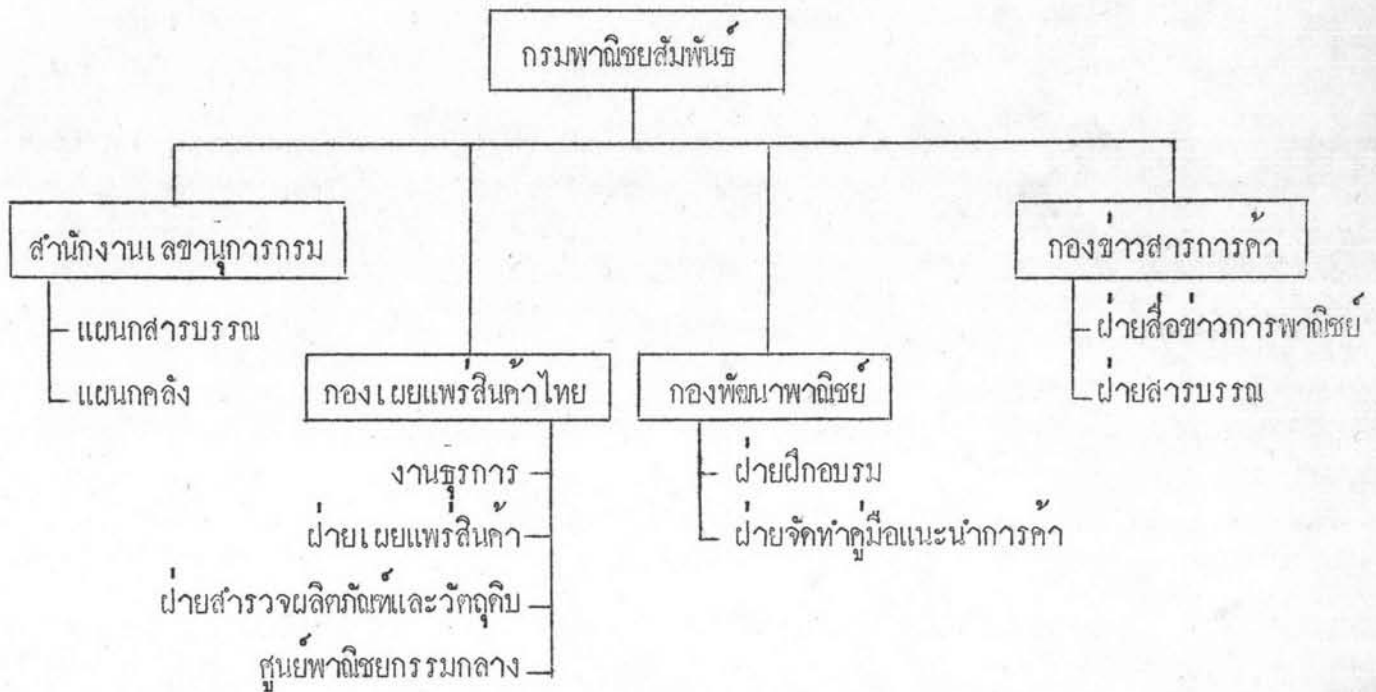
4. บริหารและดำเนินงานของศูนย์พาณิชย์กรรมในประเทศสมาชิกของสมาคมอาเซียน
 (ฝ่ายไทย) ร่วมกับประเทศสมาชิก

ศูนย์บริการส่งออก แบ่งกลุ่มงานออกเป็น งานธุรการ ฝ่ายข้อมูลการค้า ฝ่ายแนะนำ
 การค้า ฝ่ายเอกสารเผยแพร่และฝึกอบรม ศูนย์พาณิชย์กรรมในสหรัฐอเมริกา ศูนย์พาณิชย์-
 กรรมในเยอรมัน ศูนย์พาณิชย์กรรมในออสเตรเลีย และศูนย์แสดงสินค้าอาเซียน¹

¹กระทรวงพาณิชย์, รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2519 "อำนาจหน้าที่ของ
 กระทรวงพาณิชย์และกรมในสังกัด" โรงพิมพ์กิจพาณิชย์, กรุงเทพฯ, พ.ศ. 2519 หน้า 44

แผนภูมิที่ 1.

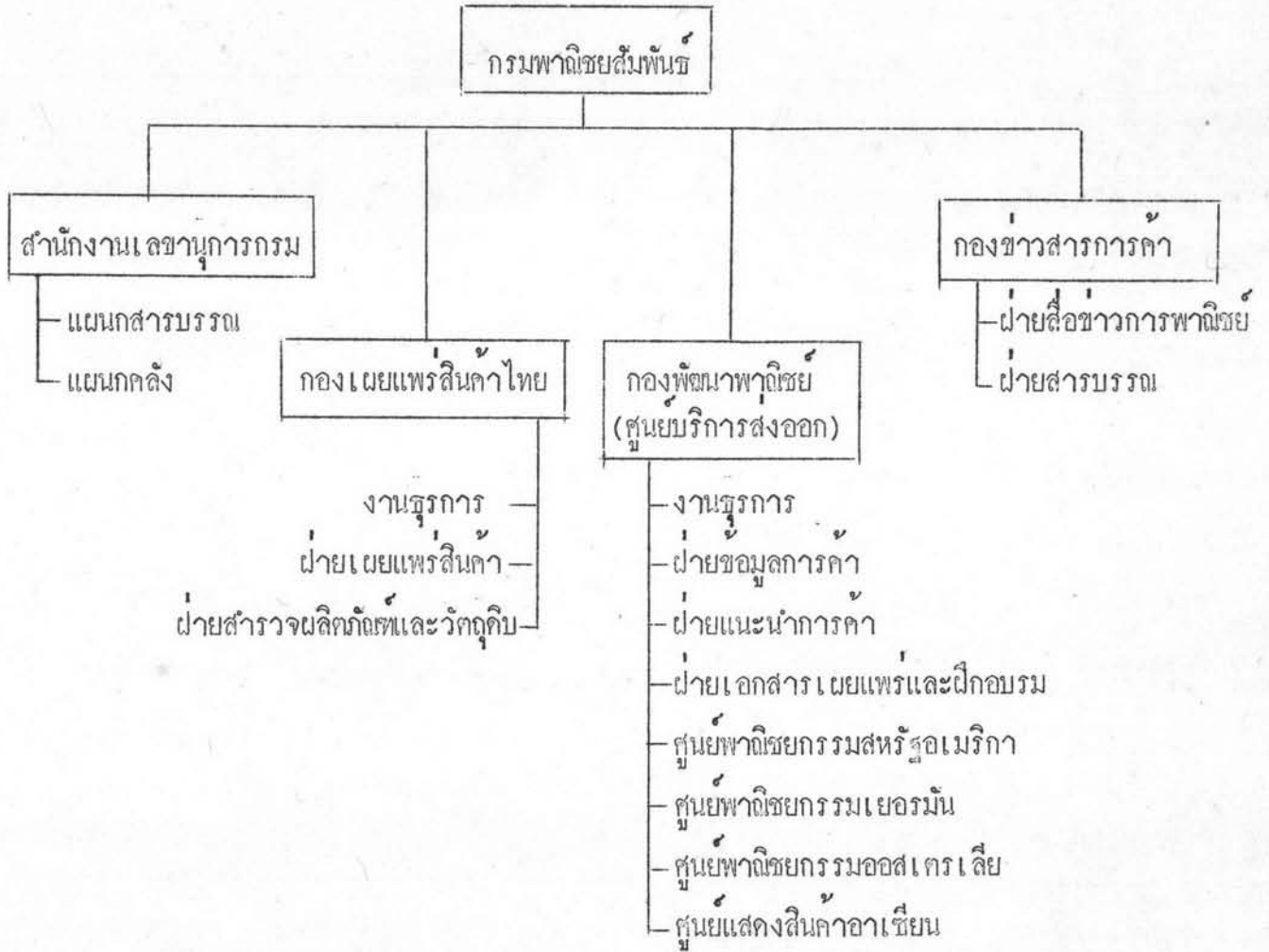
การจัดองค์การของกรมพาณิชย์สัมพันธ์ พ.ศ. 2518 ก่อนการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก



ที่มา:- แผนกเก็บ กองกลาง กระทรวงพาณิชย์ รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2518

แผนภูมิที่ 2.

การจัดองค์การของกรมพาณิชย์สัมพันธ์ พ.ศ. 2518 หลังการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก



ที่มา:— แผนกเก็บ กองกลาง กระทรวงพาณิชย์ รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2519

การบริหารงานของศูนย์บริการส่งออก

ก. นโยบายในการดำเนินงาน

นโยบายในการดำเนินงานของศูนย์บริการส่งออก ได้ดำเนินนโยบายให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ในอันที่จะส่งเสริมการส่งออกและแนวทางการปฏิบัติงานจะดำเนินการตามนโยบายหลักของกระทรวงพาณิชย์

นโยบายของรัฐบาลชุด มรว. ศักดิ์ถุที ปรามโฆ แดงคอสถาญ์แทนราษฎร เมื่อวันที่ 19 มีนาคม เรื่องการส่งเสริมสินค้าออก

. . . จะจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมสินค้าออกแห่งชาติขึ้น เพื่อทำหน้าที่ประสานงานทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสินค้าออก รวมทั้งติดตามซ้จักอุปสรรคและข้อเสียเปรียบในเชิงการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ เพื่อให้โอกาสในการส่งออกซึ่งสินค้าที่ผลิตได้ในประเทศทุกชนิดไปขายในต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งย่อมจะมีผลในการสร้างงานให้ประชาชนได้ทำถ้วนหน้ากัน จุดหมายอีกประการหนึ่งก็คือ การลดความเสียเปรียบดุลการค้าลง . . .¹

แนวนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2518

. . . การค้าต่างประเทศ

2.2.1 การจ้กระเบียบการค้าต่างประเทศ

กระทรวงพาณิชย์ได้จ้กระเบียบการค้าระหว่างประเทศให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยโดยย้หลักว่า การค้านั้นก่อให้เกิดผลดีและความเชื่อถ้อของชาวต่างประเทศและมีเกิดความเดือดร้อนแก่ผูบริโลกภายในประเทศ ปัญหาเหล่านี้กระทรวงพาณิชย์ได้ร่างนโยบายควบคุมมาตรฐานสินค้าส่งออกบางประเภทให้ถูกหลักสากล ทั้งยังได้วางมาตรการควบคุมการนำสินค้าเข้าบางประเภทที่พุ่มเฟือยและกระทบกระเทือนต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศรวมทั้งการแก้ไขปัญหาค่าการช้ดุลการค้า โดยพยายามเร่งการส่งออกค้งเช่นได้จัดตั้งศูนย์บริการส่งออก การเผยแพร่สินค้าไทยในต่างประเทศ การเผยแพร่

¹สมพร เทพสิทธิ์า, "นโยบายการพัฒนาการส่งออก", ให้สัมภาษณ์ทางวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย วันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2519, วารสารเศรษฐกิจการพาณิชย์, (มิถุนายน 2519) หน้า 3

สินค้าและสนับสนุนให้พ่อค้าส่งออกได้ใช้สิทธิพิเศษทางศุลกากรขาออกเช่นกัน. . .¹

การแถลงนโยบายของรัฐบาล มรว.เสนีย์ ปราโมช เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2519 เกี่ยวกับนโยบายระยะยาว

. . . จะส่งเสริมการลงทุนทางอุตสาหกรรมของเอกชนทั้งไทยและต่างประเทศ ให้ได้รับความมั่นคงและความสะดวกในการลงทุน จะส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้ผลผลิตทางเกษตรกรรมเป็นวัตถุดิบ อุตสาหกรรมที่ส่งผลผลิตไปจำหน่ายยังต่างประเทศ. . . . จะส่งเสริมการค้าในประเทศและการค้าต่างประเทศให้ขยายกว้างและมีระเบียบ คำนการการค้าในประเทศจะสอดคล้องกับความต้องการของผูบริโภค ส่วนในด้านการค้าต่างประเทศจะขยายความสัมพันธ์ทางการค้ากับต่างประเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งจะส่งเสริมการส่งสินค้าออกและควบคุมการนำเข้าของสินค้าที่ทำใหจำเป็น เพื่อให้การค้ากับต่างประเทศมีคุณภาพ. . .²

แนวนโยบายการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2519

"2. การค้าต่างประเทศ

. . . 2.4 ขยายงานของกระทรวงในด้านการให้บริการข่าวสาร ข้อมูลการตลาดแก่ธุรกิจเอกชน ผู้ส่งออก. . ."³

การแถลงนโยบายของรัฐบาลชุด นายธานินทร์ กรัยวิเชียร เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2519 เกี่ยวกับด้านการต่างประเทศและการพาณิชย์

. . . จะดำเนินนโยบายต่างประเทศในอันที่จะช่วยส่งเสริมและให้หลักประกันแก่การค้าระหว่างประเทศ การลงทุน และการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันด้วย. . . . ส่งเสริมและสนับสนุนการส่งสินค้าที่ผลิตได้ในประเทศออกไปขายในต่างประเทศในปริมาณและมูลค่าที่สูงขึ้น รวมทั้งการขยายตลาดในต่างประเทศให้กว้างขวาง เพื่อเพิ่มพูนปริมาณสินค้าออกให้สูงขึ้น และ

¹กระทรวงพาณิชย์ "แนวนโยบายการพาณิชย์ของกระทรวงพาณิชย์" รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2518 2518 หน้า 49

²ธนาคารแห่งประเทศไทย "นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล" รายงานเศรษฐกิจรายเดือน ภาคผนวก 5 (พฤษภาคม 2519) หน้า 73 - 74

³กระทรวงพาณิชย์ "แนวนโยบายการพาณิชย์ของกระทรวงพาณิชย์" รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2519. 2519.

จัดระบบการค้าให้เป็นระเบียบและเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันที่ยุติธรรม. . .¹

นโยบายของกระทรวงพาณิชย์ซึ่งแถลงเมื่อ 31 ตุลาคม 2519 เพิ่มเติมในส่วนการค้าต่างประเทศ

. . . จะใช้วิธีสนับสนุนการส่งออกเป็นมาตรการในการแก้ปัญหาการขาดดุลเพราะเห็นว่าประเทศไทยยังมีความสามารถในการส่งออกได้เพิ่มขึ้น และจะติดตามภาวะการนำเข้าโดยใกล้ชิด ถ้าจำเป็นต้องจำกัดการนำเข้าก็จะให้มาตรการทางภาษีอากรหรือทางการเงิน การธนาคาร มากกว่าการควบคุมปริมาณ. . .²

แนวนโยบายการพาณิชย์ จากคำแถลงนโยบายของรัฐบาลชุดพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2520

. . . ขยายตลาดสินค้าไทยในต่างประเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้น รวมทั้งประเทศที่มีระบบการเมืองและเศรษฐกิจแตกต่างกับประเทศไทย ในกรณีนี้จะให้การค้ำค้ำเนินไปโดยเสรี มีการแข่งขันกันอย่างมีระเบียบและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคและผู้ผลิตในประเทศ ตลอดจนจรรยาบรรณการค้าด้วย ทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้มีการประหยัดและให้มีการใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศให้มากขึ้น. . .³

¹คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อสภาที่ปรึกษาของนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่สภาปฏิรูปการปกครองแผ่นดิน, วันที่ 29 ตุลาคม 2519, อัครสำเนา

²สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี, กระทรวงพาณิชย์, บันทึกข้อความ เรื่องนโยบายของรัฐบาล, วันที่ 3 พฤศจิกายน 2519

³รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2521, แนวนโยบายการพาณิชย์, กระทรวงพาณิชย์ ปี 2521

ในปี 2518 กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดการสัมมนาทางวิชาการระดับนโยบายว่าด้วยการพัฒนา การส่งออกของประเทศ เมื่อวันที่ 18-20 เมษายน 2518 ณ โรงแรมเอเชียพญา จังหวัดชลบุรี ภายความร่วมมือของศูนย์การการระหว่างประเทศ ขององค์การสหประชาชาติ (International Trade Center UNCTAD / GATT) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้แทนของหน่วยราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้มีการปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการปรับปรุงแก้ไขกลไกการปฏิบัติงาน ตลอดจน วางแผนนโยบายและพัฒนากิจการค้าและการส่งออกของประเทศให้มีประสิทธิภาพและประสพผลดียิ่งขึ้น การ สัมมนาได้เสร็จเรียบร้อยสมตามความมุ่งหมายซึ่งสรุปผลของการสัมมนาจากการแบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่ม เพื่อพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 พิจารณาเรื่องนโยบายและดูทางการส่งออกของประเทศไทย
- กลุ่มที่ 2 พิจารณาเรื่ององค์การส่งเสริมการส่งออกและโครงสร้างสถาบันการส่งเสริมการ ส่งออกสำหรับประเทศไทย
- กลุ่มที่ 3 พิจารณาเรื่องปัญหาและอุปสรรคการส่งออก
- กลุ่มที่ 4 พิจารณาเรื่องสิ่งจูงใจในการส่งออก

005193

จากการประชุมกลุ่ม สรุปความเห็นของกลุ่มแต่ละกลุ่มในส่วนที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการส่ง ออกดังนี้

- • • กลุ่มที่ 1 มีข้อเสนอแนะที่รัฐบาลควรดำเนินการ คือ
 1. ควรปรับปรุงโครงสร้างระบบและวิธีการปฏิบัติทั้งฝ่ายรัฐบาลและเอกชน ตลอดจนการพัฒนา และปรับปรุงตัวบุคคล
 2. ควรปรับปรุงนโยบายและวิธีการดำเนินการในค่านผลิตผลของสินค้า ทำให้มีพอเพียงบริ- โลกภายในประเทศและส่งออกมากที่สุด
 3. รัฐบาลและเอกชนควรจะได้ร่วมกันหาทางขยายปริมาณการผลิตและค้นคว้า ก่อให้เกิดผลิต ใหม่ๆ ขึ้น เพื่อสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศ ¹

¹กระทรวงพาณิชย์ "ผลงานกระทรวงพาณิชย์" รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2518

กลุ่มที่ 2 . . . (1) คณะกรรมการบริหารการส่งออกที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นนั้น เป็นการเหมาะสมและเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี ควรให้คณะกรรมการนี้ได้รับคำเนิการวางนโยบายการส่งออกและวางแผนระดับปฏิบัติให้แน่ชัด รวมทั้งการประสานงานและติดตามผลงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย

รัฐบาลให้การสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก

เพื่อจะได้เป็นแกนกลางในการประสานงานระหว่างรัฐบาลกับเอกชน และควรให้การสนับสนุนแก่สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ทั้งในด้านการกำลังคนและงบประมาณ เพื่อให้ได้เป็นศูนย์การปฏิบัติงานในต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

(2) รัฐบาลควรพิจารณาทบทวนปรับปรุงโครงสร้างของหน่วยงานส่งเสริมการส่งออกในภาครัฐบาล เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและควรจะได้พิจารณาจัดตั้งสถาบันการส่งออกให้เป็นองค์การอิสระขึ้น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการส่งเสริมการส่งออก¹

กลุ่มที่ 3 . . . (3) ปัญหาทางด้านการตลาด ได้แก่การขาดความรู้และข่าวสารที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการตลาดต่างๆ ไม่เป็นไปโดยรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งปัญหาข้อนี้ที่ประชุมเห็นควรให้รัฐบาลพิจารณาจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก (Export Service Center) ขึ้นเช่นเดียวกับข้อเสนอในกลุ่มที่ 2²

กลุ่มที่ 4 . . . (4) ด้านบริการที่ประชุมเสนอแนะให้มีการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก (Export Service Center) ทั้งเช่นกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 . . . เพิ่มอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานพาณิชย์ต่างประเทศให้มากขึ้น รวมทั้งการปรับปรุงนโยบายให้ความสะดวกแก่พ่อค้าชาวต่างประเทศที่เดินทางมาติดต่อซื้อสินค้าไทย . . .³

¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 184

² เรื่องเดียวกัน, หน้า 185

³ เรื่องเดียวกัน, หน้าเดียวกัน

จากการพิจารณาสรุปและขอเสนอแนะของการสัมมนาครั้งกล่าวนั้น กระทรวงพาณิชย์ เห็นว่าเป็นข้อสรุปเสนอแนะที่มาจากมูลฐานที่ไว้รับเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน นโยบายและปฏิบัติของรัฐบาล และทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างยิ่ง และควรที่จะได้รับ คำเนินการ โดยด่วนต่อไป กระทรวงพาณิชย์ได้ประมวลข้อคิดเห็นเสนอเพื่อเป็นแนวนโยบาย และปัญหาที่ควรได้รับพิจารณาคำเนินการดังนี้

. . . ควรพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างสถาบันการส่งเสริมการส่งออกของ รัฐที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสมกับสถานการณ์และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสำหรับศูนย์บริการ ส่งออก (Export Service Center) ที่กระทรวงพาณิชย์ได้ตั้งขึ้นแล้ว ควรได้รับการ สนับสนุนทางการเงินงบประมาณและกำลังคนได้ดำเนินงานได้ในขอบเขตที่กว้างขวาง เพื่อ จะได้เป็นแกนกลางให้การบริการและประสานงานระหว่างรัฐบาลกับเอกชน และการ ขยายการจัดตั้งสำนักงานการพาณิชย์ในต่างประเทศ โดยสนับสนุนให้มีอัตรากำลัง เจ้าหน้าที่พร้อมทั้งกำลังงบประมาณเพียงพอที่จะให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อ ที่จะได้เป็นแกนกลางการประสานงานในต่างประเทศ และเห็นสมควรพิจารณาการจัด ตั้งสถาบันการส่งออกให้เป็นองค์การอิสระเพื่อให้ความคล่องตัวดังเช่น JETRO ของ ญี่ปุ่น หรือ KOTRA ของเกาหลี และ Irish Export Board ซึ่งได้ประสบความสำเร็จมาแล้ว . . . 1

จากผลสรุปในการสัมมนาและข้อคิดเห็นและเสนอแนะของกระทรวงพาณิชย์ ศูนย์ บริการส่งออก จึงได้กำหนดนโยบายในการดำเนินเพื่อให้การบริการแก่ผู้ส่งออก ให้ได้ ประโยชน์มากที่สุด โดยแบ่งหน้าที่และการดำเนินงานการให้บริการออกเป็น 6 ประเภทด้วยกันคือ

1. งานแนะนำการค้า
2. งานพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. งานข้อมูลการค้า

¹ เรื่องเดียวกัน , หน้า 187

4. งานเอกสารเผยแพร่
5. งานฝึกอบรมและนิเทศ
6. งานประสานงานศูนย์พหุวิทยาการ

จากนโยบายของรัฐบาลชุดต่าง ๆ ที่ได้แถลงไว้ ต่างก็ได้เล็งเห็นความสำคัญของการส่งสินค้าออก โดยมุ่งส่งเสริมกลไกที่จะสนับสนุนให้มีการส่งสินค้าทั้งด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมให้เป็นสินค้าออกมากขึ้น

จะเห็นได้ว่า นโยบายของรัฐบาลชุด มรว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ในอันที่จะสนับสนุนการส่งเสริมการส่งออก โดยจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมสินค้าออกแห่งชาติขึ้น เพื่อทำหน้าที่ประสานงานทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสินค้าออกนั้น ประสบผลสำเร็จโดยจัดตั้งศูนย์บริการส่งออกขึ้น และดำเนินการในด้านการให้บริการแก่ผู้ส่งออกตลอดมา

ข. สายการบังคับบัญชาและหน้าที่ในการดำเนินงานของศูนย์บริการส่งออก

นอกจากนโยบายหลักและแนวทางในการดำเนินงานที่ได้รับจากกรมพาณิชย์สัมพันธ์โดยตรงแล้ว ศูนย์บริการส่งออกมีอิสระในการดำเนินการให้บริการ ติดต่อกับติดต่อระหว่างผู้สนใจทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผ่านการอนุมัติจากผู้อำนวยการศูนย์ โดยไม่ต้องเสนอต่ออธิบดีกรมพาณิชย์ ดังที่เคยปฏิบัติ ทำให้ลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานและสามารถกระทำการได้อย่างรวดเร็ว

สายการบังคับบัญชาของศูนย์บริการส่งออก มีดังนี้
กรมพาณิชย์สัมพันธ์ แบ่งการบริหารงานออกเป็น

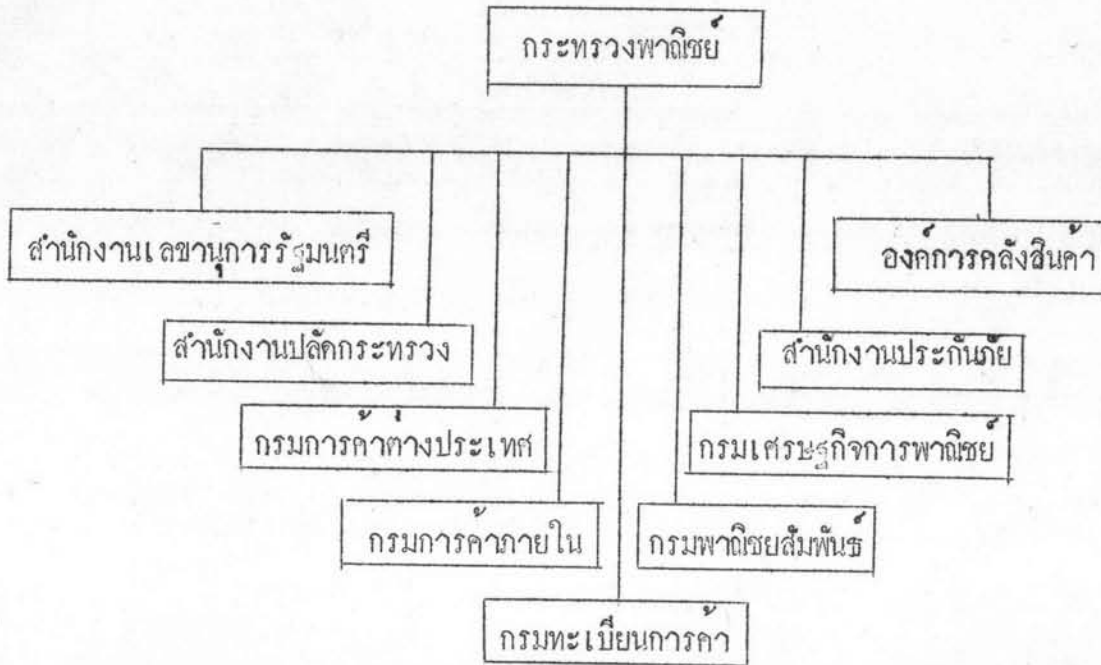
- สำนักงานเลขานุการกรม
- กองข่าวสารการคา
- กองเผยแพร่สินค้าไทย
- กองพัฒนาพาณิชย์ (ศูนย์บริการส่งออก)

ศูนย์บริการส่งออกแบ่งการดำเนินงานออกเป็นดังนี้

- งานธุรการ
- ฝ่ายแนะนำการค้า
 - งานแนะนำการค้า
 - งานรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ใบอนุญาต
 - งานพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ฝ่ายข้อมูลการค้าวิเคราะห์และเผยแพร่
 - งานข้อมูลการค้า
 - งานเอกสารเผยแพร่

แผนภูมิที่ 3.

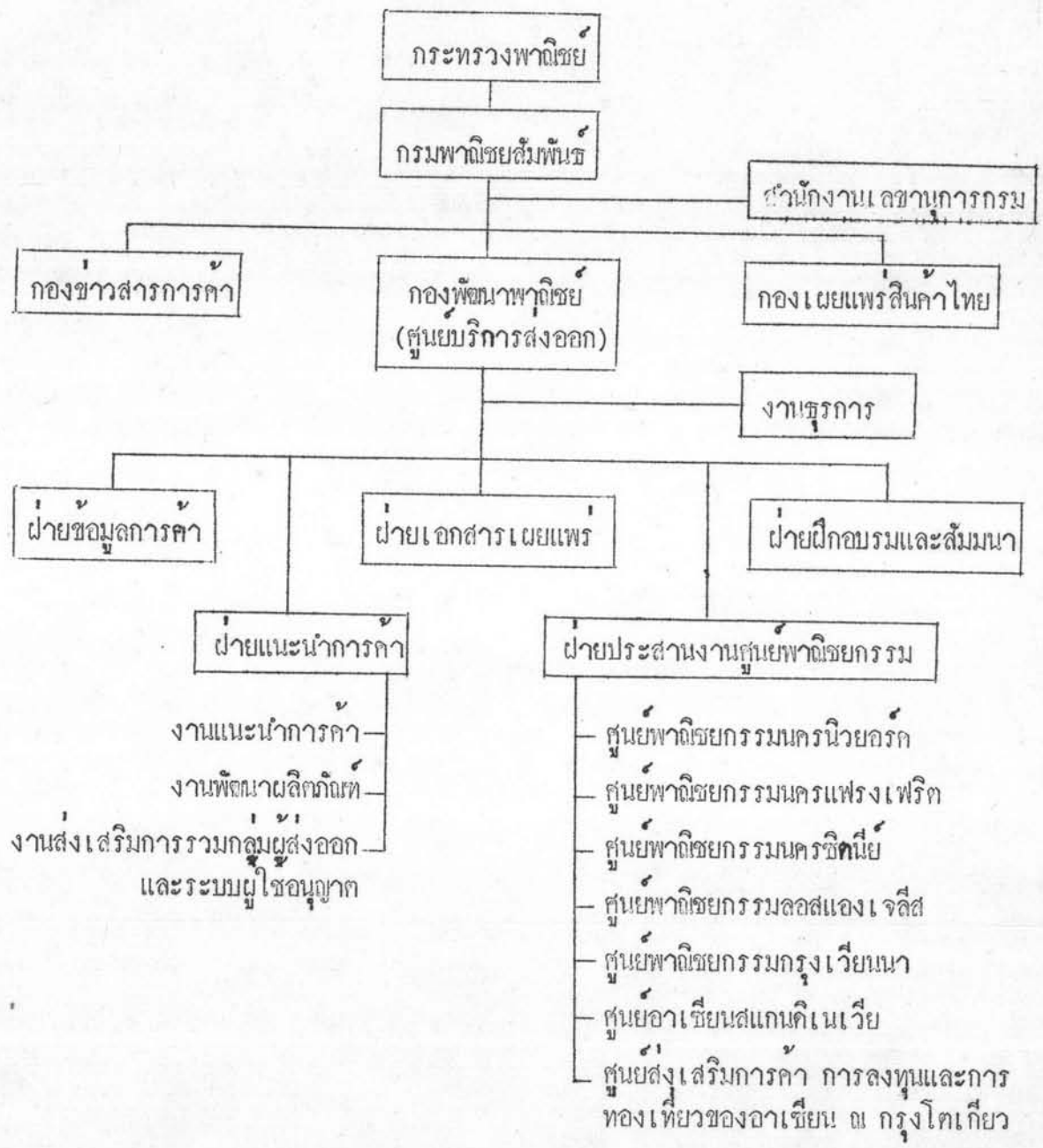
การแบ่งส่วนราชการของกระทรวงพาณิชย์



ที่มา: - แผนกเก็บ กองกลาง กระทรวงพาณิชย์ รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2522

แผนภูมิที่ 4.

สายการบังคับบัญชาและการแบ่งหน่วยงานของศูนย์บริการส่งออก พ.ศ. 2522



ที่มา: - แผนกเก็บ กองกลาง กระทรวงพาณิชย์ รายงานกระทรวงพาณิชย์ 20 สิงหาคม 2522

- ฝ่ายฝึกอบรมและสัมมนา
- ฝ่ายประสานงานศูนย์พาณิชย์กรรม
- ฝ่ายศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ

หน้าที่ในการดำเนินงานของศูนย์บริการส่งออก แบ่งได้ดังนี้

1. งานธุรการ มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานธุรการทั่วไปของกอง และให้บริการฝ่ายต่างๆ ในศูนย์บริการส่งออก ตลอดจนงานเบ็ดเตล็ดที่ไม่ขึ้นกับฝ่ายใด ซึ่งจำแนกงานออกได้ดังนี้

- การเงิน ดำเนินการเกี่ยวกับการเงินของศูนย์บริการส่งออก รวบรวมค่าใช้จ่าย และจัดทำ จัดทำงบประมาณของแต่ละปีเสนอ
- บุคลากร ดำเนินงานเกี่ยวกับอัตรากำลังของศูนย์บริการส่งออก ในด้านการบรรจุเจ้าหน้าที่ การโอนย้ายโยกย้ายเจ้าหน้าที่กับหน่วยงานอื่น ตลอดจนจัดหาตำแหน่งตามที่หน่วยงานต่างๆ ในศูนย์ฯ เสนอมา
- ธุรการ ดำเนินการเกี่ยวกับงานเบ็ดเตล็ดของศูนย์บริการส่งออก อาทิเช่น งานผลิตเอกสารภายใน งานโต้ตอบหนังสือของทางราชการ งานสารบรรณ

2. ฝ่ายแนะนำการค้า มีหน้าที่ให้บริการข้อเสนอแนะทางการค้าแก่นักธุรกิจ แนะนำลู่ทางการส่งออกและแนวทางการแก้ไขปัญหาการส่งออก ตลอดจนจรรยาบรรณในการส่งออก การรวบรวมกลุ่มผู้ส่งออก

ฝ่ายแนะนำการค้าได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ก) งานแนะนำการค้า (Advisory Service) มีหน้าที่ให้บริการข้อเสนอแนะทางการค้าแก่นักธุรกิจ แนะนำลู่ทางการส่งออก แนะนำแนวทางการแก้ไขปัญหาและจรรยาบรรณในการส่งออก ตลอดจนทำการเป็นสื่อเชื่อมโยงระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ และต้อนรับคณะทูตหรือผู้แทนทางการค้าที่เข้ามาสำรวจลู่ทางการค้า หรือซื้อสินค้าในประเทศไทย

ข) งานส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ใบอนุญาต (Joint Marketing Group & Licensing) ดำเนินการรวมกลุ่มผู้ส่งออก เพื่อให้มีการผนึกกำลังในการต่อรอง ป้องกันการตัดราคาและสามารถที่จะสนองการสั่งซื้อจำนวนมากได้

ค) งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Adaptation) มีหน้าที่ศึกษาและรวบรวมตัวอย่างสินค้า และแคตตาล็อกสินค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งข้อสนเทศเกี่ยวกับสินค้านั้น เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าเดิมและสินค้าใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของตลาด ตลอดจนมาตรการในการควบคุมการนำเข้าในตลาดต่างประเทศซึ่งสินค้านั้น

3. ฝ่ายข้อมูลการค้าวิเคราะห์และเผยแพร่ มีหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลการค้าจากแหล่งต่างๆ โดยปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อบริการแก่ผู้ส่งออก ตลอดจนจัดทำเอกสารเผยแพร่ข้อมูลทางการค้า คู่มือแนะนำการค้า แคตตาล็อก และสารานุกรมผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทย เพื่อเผยแพร่แก่นักธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ทราบความเคลื่อนไหวและภาวะตลาดการค้าของโลก และแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในประเทศ ผู้ผลิตและผู้ส่งออกให้นักธุรกิจต่างประเทศ ซึ่งแบ่งงานออกเป็น 2 ประเภท คือ

ก) งานข้อมูลการค้า ทำหน้าที่ศึกษาและประสานงานกับองค์การระหว่างประเทศ องค์การรัฐบาลต่างประเทศ สถาบันการศึกษา สถาบันการค้า และส่วนราชการทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องในการจัดหารวบรวมเอกสารอ้างอิงหนังสือ วารสาร ตลอดจนการจัดจำแนกข้อสนเทศต่างๆ เพื่อประโยชน์ในด้านการบริการข้อมูล

ข) งานเอกสารเผยแพร่ มีหน้าที่ในการจัดทำเอกสารเผยแพร่ข้อมูลการค้าและสินค้า คู่มือแนะนำการค้า แคตตาล็อก และรายชื่อผู้ผลิตผู้ส่งออกของไทย เพื่อเผยแพร่แก่นักธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4. ฝ่ายฝึกอบรมและสัมมนา มีหน้าที่ในการดำเนินการจัดบรรยาย ฝึกอบรมและสัมมนาในหัวข้อต่างๆ ตั้งแต่ความรู้ขั้นต้นในการดำเนินธุรกิจส่งออกไปจนถึงการฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การฝึกอบรมและสัมมนาจัดเพื่อสนองความต้องการทั้งส่วนราชการและเอกชน ศูนย์การส่งออกจะประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจสามารถสมัครเข้ารับการฝึกอบรมได้

5. ฝ่ายประสานงานศูนย์พาณิชย์กรรม มีหน้าที่ดำเนินการจัดตั้งและอำนวยความสะดวก ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ ประสานงาน สนับสนุนการดำเนินงานและติดตามผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนเป็นสื่อเชื่อมโยงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย และคณะผู้ตรวจการค้าที่เดินทางเข้ามาสำรวจ ตลาดทางการค้าหรือซื้อสินค้าในประเทศไทย

6. ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ มีหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลการค้าในท้องถิ่น นั้น ๆ ตลอดจนความต้องการในสินค้าต่าง ๆ ที่ประเทศไทยสามารถผลิตได้ และเสนอผลิตภัณฑ์ ของประเทศไทย โดยการเจาะตลาดเข้าสู่ตลาดโดยดำเนินการในรูปของพนักงานขายสินค้า ให้คำแนะนำแก่นักธุรกิจที่สนใจในสินค้าที่ผลิตได้ในประเทศไทย ศูนย์บริการส่งออกได้จัดตั้งศูนย์ พาณิชย์กรรมในต่างประเทศดังนี้

- ก) ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา
- ข) ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ เมืองแฟรงเฟิร์ต ประเทศเยอรมัน
- ค) ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย
- ง) ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ ลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา
- จ) ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครเวียนนา ประเทศออสเตรีย
- ฉ) ศูนย์แสดงสินค้าอาเซียน ในกลุ่มประเทศแกนดิเนเวีย
- ช) ศูนย์ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของอาเซียน ณ กรุงโตเกียว