

[Q1] จะได้อะไรจากการส่งออก ?

โดยทั่วไปแล้ว การส่งออกต้องผ่านพิธีการมากกว่าการขายสินค้าภายในประเทศ แต่เนื่องจากการกำหนดขั้นตอนพื้นฐานไว้แล้ว และเมื่อคุ้นเคยกับขั้นตอนการส่งออกแล้ว จะไม่รู้สึกว่ามีปัญหาอีกต่อไป อีกนัยหนึ่งก็คือการส่งออกมีประโยชน์มากมายคุ้มค่าต่อการใส่ใจ



ข้อแตกต่างระหว่างการส่งออกและการขายสินค้าในประเทศ

ก่อนส่งสินค้าออกไปยังประเทศอื่น คุณจะต้องศึกษาความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย นอกจากนั้นยังต้องเรียนรู้ระบบการจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงข้อมูลตลาดด้านอื่นๆ ในประเทศเป้าหมายด้วย คุณจะต้องเรียนรู้อัตราศุลกากร ระบบภาษี ระเบียบ กฎหมาย วิธีการชำระเงิน และเครือข่ายการขนส่งทั้งหมด และแน่นอนถ้าคุณต้องการขายสินค้าในตลาดของญี่ปุ่น คุณจะต้องดำเนินธุรกิจโดยเข้าใจตลาดให้ได้ทุกแง่มุม ไม่เช่นนั้นอาจทำให้การดำเนินงานไม่ราบรื่นได้ อย่างไรก็ตามถ้าคุณใช้บริษัทการค้าของญี่ปุ่น (ดูคำถามข้อ 8) ซึ่งรู้เรื่องตลาดของญี่ปุ่นดีอยู่แล้ว บริษัทดังกล่าวอาจให้ข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับการส่งออก เพื่อช่วยให้คุณส่งสินค้าออกได้โดยไม่ต้องค้นคว้าข้อมูลรายละเอียดตั้งแต่แรกเริ่ม

ข้อดีหลายอย่างจากการส่งออกที่ช่วยเสริมสร้างฐานการขาย

หนังสือยืนยันการจ่ายเงิน (Letter of Credit (L/C)) (ดูคำถามข้อ 4) ซึ่งใช้กันอย่างกว้างขวางในการชำระเงินระหว่างประเทศ มีค่าเทียบเท่ากับเงินสด โปรดจำไว้ว่า L/C ที่ออกโดยธนาคารของญี่ปุ่นจะได้รับความน่าเชื่อถือมากในต่างประเทศ เนื้อหาใน L/C จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจที่ทำ แต่ธนาคารที่ระบุใน L/C โดยทั่วไปจะเป็นผู้จ่ายเงินสดให้ผู้ขายทันทีที่ส่งสินค้าลงเรือ พร้อมเอกสารใบตราส่งต่างๆ (เอกสารการส่งสินค้าครบชุด พร้อมใบตราส่ง) (ดูคำถามข้อ 4)

การส่งสินค้าออกโดยใช้ L/C จะใช้เวลาตั้งแต่วันส่งสินค้าจนถึงวันที่ได้รับค่าสินค้าประมาณ 1 สัปดาห์ และเมื่อได้รับค่าสินค้าได้เร็ว การส่งออกอย่างต่อเนื่องจะทำให้เงินหมุนเวียนได้คล่อง

การส่งออกให้ประโยชน์อีกมากมาย ประโยชน์ข้อแรกคือการเพิ่มจุดขายซึ่งจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจของคุณมีความมั่นคง และช่วยพัฒนาบริษัทของคุณโดยรวม ถ้าประสบความสำเร็จในการส่งออก คุณจะได้รับการกำไรเพิ่มขึ้นอันเป็นผลมาจากการขยายกำลังการผลิต การขนส่ง และการดำเนินงานด้านอื่นๆ ไปถึงจุดการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economies of Scale) การกระจายต้นทุนคงที่ให้มีฐานกว้างขึ้นจะช่วยลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มกำไรให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เนื่องจากมีข้อมูลรสนิยมลูกค้าในต่างประเทศ และนวัตกรรมใหม่ๆ ของคู่แข่งอยู่ในมือ

ในยุคเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์เช่นนี้ธุรกิจต่างๆ ไม่สามารถสร้างความมั่นคงได้ด้วยคามมุ่งขายสินค้าในประเทศแต่เพียงอย่างเดียว คุณไม่มีวันทราบได้ว่าคู่แข่งในต่างประเทศของคุณเป็นใคร และเขาจะเข้ามาบุกตลาดในประเทศของคุณเมื่อไร หรืออีกนัยหนึ่งก็คือถ้าคุณพัฒนาช่องทางการขายในต่างประเทศ และสามารถปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีอื่นที่แตกต่างออกไปและความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศได้ คุณจะอยู่ในจุดที่ได้เปรียบและสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่งต่อไปได้

