

การคำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้าเพื่อการส่งออก (รวมถึงการคิดราคาในเงื่อนไขของ FOB, CIF และ CFR)

ปัจจุบันการส่งออกมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ในการบริหารการส่งออกทั้งผู้ผลิตเพื่อการส่งออกและธุรกิจตัวแทนการส่งออก จำเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการบริหารธุรกิจส่งออก ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยในการตั้งราคาสินค้าเพื่อการส่งออก
2. การจำแนกประเภทต้นทุนสินค้าเพื่อการส่งออก
3. การคำนวณต้นทุนสินค้าเพื่อการส่งออก
4. การกำหนดราคาสินค้าเพื่อการส่งออก

1. **ปัจจัยในการตั้งราคาเพื่อการส่งออก** ในการส่งออกสินค้าไปขายต่างประเทศนั้น ราคาสินค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นก่อนจะตัดสินใจเสนอราคาแก่ลูกค้ารายใด ผู้บริหารควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตั้งราคาเพื่อการส่งออก ดังต่อไปนี้

1. รายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า อุปสงค์ในตัวสินค้า ช่องทางการจำหน่ายและสภาวะการแข่งขันในตลาดที่จะวางตัวสินค้า
2. นโยบายในการตั้งราคาจะขึ้นกับนโยบายด้านการตลาดธุรกิจ ซึ่งอาจจะแตกต่างกันไปดังต่อไปนี้
 - 2.1 การตั้งราคาแบบเจาะตลาด เป็นการตั้งราคาเพื่อเพิ่มยอดขายและมุ่งหวังที่จะครองตลาดอย่างรวดเร็ว จึงตั้งราคาต่ำเพื่อจูงใจลูกค้าโดยตรง
 - 2.2 การตั้งราคาตามความยืดหยุ่น ให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันและสภาพเศรษฐกิจ โดยพยายามรักษาสวนครองตลาดของกิจการไว้ไม่ให้ลดลงกว่าเดิม
 - 2.3 การตั้งราคาค่อนข้างสูง เนื่องจากต้องการให้ได้กำไรมากที่สุดเหมาะกับสินค้าที่มีอุปสงค์มาก แต่มีผู้เสนอขายในตลาดน้อย และกิจการอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบในการแข่งขันหรือเป็นผู้วางสินค้าในตลาดก่อนผู้อื่น
3. ต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการส่งออก ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น ต้นทุนผลิตสินค้าจากโรงงาน ค่าขนส่งสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าหรือคลังสินค้าของผู้นำเข้า และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้านการส่งออก เช่น ค่าบรรจุหีบห่อ ค่าภาษี ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ฯลฯ
4. กฎระเบียบบังคับของหน่วยงานต่าง ๆ ทางราชการทั้งของผู้ส่งออกและประเทศผู้นำเข้า ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันไป ทำให้ไม่อาจกำหนดราคาขายได้ตามต้องการ
5. ระบบภาษี และภาษีศุลกากร ทั้งของประเทศผู้ส่งออกและประเทศผู้นำเข้า ผู้ส่งออกควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบภาษีทุกประเภทอันเกิดจากการส่งสินค้าออกหรือนำสินค้าเข้าเป็นอย่างดี เพื่อให้การตั้งราคาครอบคลุมภาวะภาษีดังกล่าว
6. ตัวแปรอื่น ๆ อันได้แก่ ข้อตกลงระหว่างประเทศขององค์การการค้าต่าง ๆ อาทิ GATT WTO AFTA NAFTA เป็นต้น ข้อตกลงหรือสนธิสัญญาขององค์การการค้าระหว่างประเทศเหล่านี้ มีผลกระทบโดยตรงต่อการนำเข้าหรือส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ

2. การจำแนกประเภทต้นทุนสินค้าเพื่อการส่งออก เพื่อให้ผู้บริหารกำหนดราคาสินค้าส่งออกได้อย่างครบถ้วน และถูกต้อง จำเป็นที่จะต้องรวบรวมและจำแนกประเภทต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของตัวสินค้า นับตั้งแต่ออกจากโรงงานผู้ผลิตจนถึงมือของผู้นำเข้าหรือผู้ค้าส่งหรือค้าปลีกหรือผู้บริโภคแล้วแต่กรณี การจำแนกประเภทต้นทุนสินค้าเพื่อการส่งออกจะแบ่งเป็นประเภท 3 ประเภทดังนี้

1. ต้นทุนสินค้า ในกรณีที่ผู้ผลิตเป็นผู้ส่งออกสินค้าเอง โดยไม่ผ่านนายหน้าตัวแทน ต้นทุนสินค้าก็คือต้นทุนการผลิตโรงงาน ซึ่งประกอบด้วย
 - 1.1 ค่าวัตถุดิบ
 - 1.2 ค่าแรงงาน
 - 1.3 ค่าใช้จ่ายการผลิตและเสียห่วยการผลิต
 - 1.4 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับฉลากและเครื่องหมายการค้า
 - 1.5 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเก็บรักษาสินค้าไว้ในคลังสินค้าของผู้ผลิตก่อนขนย้ายออกไปท่าเรือ หรือท่าอากาศยาน
 - 1.6 ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบและคัดเลือกคุณภาพของสินค้าให้ได้ตามคุณภาพหรือคุณลักษณะที่ตกลงกับลูกค้าต่างประเทศ
2. ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตไปจนถึงจุดหมายปลายทางในต่างประเทศประกอบด้วย
 - 2.1 ค่าขนส่งภายในประเทศ จากโกดังสินค้าของโรงงานไปยังสถานีขนส่ง ท่าเรือ หรือท่าอากาศยาน
 - 2.2 ค่าระวางขนส่งทางรถ เรือ เครื่องบิน รวมทั้งค่าธรรมเนียมพิเศษต่าง ๆ เนื่องจากการใช้พาหนะ การใช้สถานีท่าเรือ หรือท่าอากาศยาน
 - 2.3 ค่าขนถ่ายสินค้าทางเรือ หรือทางเครื่องบิน ณ เมืองปลายทาง
 - 2.4 ค่าใช้จ่ายขนส่งสินค้าจากสถานี ท่าเรือ หรือท่าอากาศยานไปยังคลังสินค้าของลูกค้าหรือผู้นำเข้า
3. ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อันเกี่ยวข้องกับการส่งออก ทั้งที่เกิดภายในและภายนอกประเทศ อาทิเช่น
 - 3.1 ค่าใช้จ่ายบรรจุหีบห่อ หรือค่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออกโดยเฉพาะ
 - 3.2 ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบและวิเคราะห์ เพื่อรับรองคุณภาพของสินค้า ซึ่งรวมทั้งค่าออกไปรับรองต่าง ๆ จากสถาบันการค้า หรือสถานกงสุลการค้าต่างประเทศ
 - 3.3 ค่าใช้จ่ายด้านการออกของ และค่าใช้จ่ายในการผ่านพิธีการศุลกากร
 - 3.4 ค่าภาษีศุลกากรและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการส่งสินค้าออกนอกประเทศและนำเข้าประเทศของลูกค้า
 - 3.5 ค่าเบี้ยประกันภัยและค่ากรมธรรม์ประกันภัยทั้งทางบก เรือ อากาศ
 - 3.6 ค่าเสียหายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น การสูญเสียปริมาตรหรือน้ำหนักของตัวสินค้า คุณภาพสินค้าเสียหายเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ ข้ำรุดระหว่างการขนส่งหรือคุณภาพสินค้าเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมระหว่างการขนส่ง
 - 3.7 ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการจัดเตรียมเอกสารการส่งออกและการติดต่อธนาคาร
 - 3.8 ค่าธรรมเนียมธนาคารทุกประเภท รวมทั้งดอกเบี้ยอันเกิดจากการส่งออก
 - 3.9 ค่าติดต่อสื่อสาร โทรเลข โทรศัพท์ทางไกล เทเล็กซ์ และโทรสาร
 - 3.10 ค่านายหน้าแก่ตัวการหรือตัวแทนผู้ซื้อหรือผู้นำเข้า

3.11 ปริมาณกำไร(ขาดทุน) อันเกิดจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

ในกรณีที่ผู้ผลิตที่เป็นผู้ส่งออกได้รับภาษีคืนในการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับผลิตสินค้าส่งออกก็สามารถนำภาษีที่ได้รับคืนมานี้มาลดต้นทุนสินค้าของโรงงานให้ต่ำลงได้ ซึ่งจะช่วยให้กิจการสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้

3. การคำนวณต้นทุนสินค้าส่งออก เมื่อมีการตกลงซื้อขายสินค้าระหว่างประเทศ ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย (หรือผู้นำเข้าหรือผู้ส่งออก) จะต้องทำความเข้าใจในเรื่องการขนส่งว่าใครเป็นผู้จ่ายค่าขนส่งสินค้า ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 กรณี ดังนี้

1. ถ้าผู้ขายเป็นผู้ขนส่งสินค้าจากโกดังผู้ผลิต/ผู้ขาย/ผู้ส่งออก ไปยังมือผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ผู้ขายจะรวมค่าขนส่งเข้าไปในราคาที่ขายเมื่อผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่งดังกล่าว กรรมสิทธิ์ในตัวสินค้ายังคงเป็นของผู้ขาย จนกว่าจะถึงจุดหมายปลายทางที่ตกลงกัน ซึ่งแบ่งเป็น

1.1 FOB Shipping point หมายถึง ผู้ขายเป็นผู้จ่ายค่าขนส่งสินค้าจากโกดังสินค้าของตนจนถึงท่าเรือขนถ่ายสินค้าของผู้ขาย ต่อจากนั้นผู้ซื้อจะเป็นผู้ขนส่งสินค้าไปเอง หรือบริษัทรับจ้างขนส่งสินค้าไปจนถึงโกดังของผู้ซื้อ

1.2 FOB Destination หมายถึง ผู้ขายรับผิดชอบจ่ายค่าขนส่งจากโกดังสินค้าของตนจนถึงที่ทำการหรือโกดังสินค้าของผู้ซื้อ ดังนั้นผู้ขายจึงได้รวมค่าขนส่งดังกล่าวเข้าไปกับราคาขายสินค้าเรียบร้อยแล้ว

2. ถ้าผู้ขายตกลงว่าจะเป็นผู้จัดส่งสินค้าทั้งหมดจนถึงจุดหมายปลายทางที่ตกลงกัน และราคาขายของสินค้านี้ก็คือ ราคา CIF (Cost Insurance and Freight) หรือราคา CFR (Cost and Freight) ปกตินิยมระบุสถานที่ที่เป็นจุดมุ่งหมายปลายทาง เช่นราคา CIF London เป็นต้น นอกจากนี้อาจจะมีเงื่อนไขการขนส่งอื่น ๆ ที่ตกลงกัน เช่น FAS EX Factory etc

FOB เหมาะสำหรับสินค้าที่

- มีสินค้าหลากหลาย
- มีสินค้าหลายขนาด
- เสนอขายไปยังหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก
- สะดวกในการทำ Price List
- ไม่ต้องเสี่ยงต่อค่าระวางที่ไม่แน่นอน
- ไม่ต้องเสี่ยงต่ออัตราแลกเปลี่ยน

CFR หรือ C.I.F. เหมาะสำหรับ

- ต้องขายในราคาที่เหมาะกับประเทศลูกค้าที่ไม่มี Freight Collected
- ขายสินค้าพิเศษ เช่น รถยนต์ หรืออื่น ๆ ที่เป็นสินค้าไม่มาตรฐาน เราจะเป็นผู้จองเรือและดูแลเป็นพิเศษ มิฉะนั้น L/C อาจขาดอายุ เรือที่ลูกค้าจองอาจจะไม่มา
- ลูกค้าต้องการราคานี้ เพราะสะดวกในการที่ราคาของลูกค้า
- เราได้กำไรจากการเสนอราคานี้เพราะเราได้ส่วนลดพิเศษจากบริษัทเรือ เพราะส่งเป็นประจำ

4. การกำหนดราคาสินค้าเพื่อการส่งออก ในการซื้อสินค้าระหว่างผู้นำเข้าและผู้ส่งออกนั้นจะมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ผู้ซื้อหรือผู้นำเข้าสอบถามราคาสินค้าจากผู้ขายหรือผู้ส่งออก
2. ผู้ขายหรือผู้ส่งออกคำนวณราคาสินค้าส่งออกส่งให้แก่ผู้ซื้อ
3. เมื่อผู้ซื้อได้รับราคา ก็จะนำไปคำนวณหาต้นทุนนำเข้า ประมาณราคาขาย และกำไรที่คาดว่าจะได้รับ
4. ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายจะต่อรองราคาจนตกลงกันได้
5. มีการจัดทำสัญญาซื้อขายระหว่างกัน

เนื่องจากราคาที่ตกลงซื้อขายระหว่างกัน เป็นส่วนประกอบของการบริหารธุรกิจส่งออก การกำหนดราคาดังกล่าวต้องยึดหยุ่นตามสภาพการทางการตลาด ทั้งนี้เพื่อให้เป็นราคาที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้น การกำหนดราคาสินค้าเพื่อการส่งออก จึงเป็นไปตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1. ผู้ส่งออกวิเคราะห์ตลาด อุปสงค์ อุปทาน ระดับราคาและสภาพการแข่งขันในตลาดสินค้าที่จะส่งออก

ขั้นที่ 2. พิจารณานโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศ กฎระเบียบของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชน ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้นำเข้าและการส่งออก

ขั้นที่ 3. พิจารณานโยบายธุรกิจและนโยบายการตั้งราคาของกิจการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

ขั้นที่ 4. รวบรวม จำแนกประเภท และวิเคราะห์ต้นทุนดังได้กล่าวมาข้างต้น

ขั้นที่ 5. เลือกวิธีกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ โดยคำนึงถึงผลกระทบจากปัจจัยและตัวแปรต่าง ๆ

ดังกล่าวมาแล้ว

ขั้นที่ 6. จัดทำใบเสนอราคาต่อลูกค้าหรือผู้นำเข้า

ในทางทฤษฎี การกำหนดราคาสินค้าเพื่อการส่งออกอาจจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1. การกำหนดราคาตามสภาพตลาด

ประเภทที่ 2. การกำหนดราคาตามต้นทุน

ประเภทที่ 1. การกำหนดราคาตามสภาพการทางการตลาด

เนื่องจากสภาพการแข่งขันในตลาดต่างประเทศเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงต้องตั้งราคาขายตามสภาพแวดล้อมของตลาดในขณะนั้นเป็นสิ่งสำคัญ กรณีนี้ผู้ส่งออกจะต้องสำรวจและวิจัยตลาดไว้ล่วงหน้า แล้วตั้งราคาขายที่สามารถจะแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้นราคาดังกล่าวอาจจะเป็นราคานำ (Price Leading) หรือราคาตาม (Price Following) หรือตั้งราคาไว้หลาย ๆ ราคา (Differential Price) เพื่อเพิ่มโอกาสในการเจาะตลาดในระดับต่าง ๆ เราเรียกวิธีการคำนวณราคาตามสภาพตลาดว่าเป็นการกำหนดราคาตามเป้าหมาย (Target Price) ธุรกิจจะใช้ราคาดังกล่าวนี้เป็นเป้าหมายในการวางแผนลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อันเกิดจากการส่งออก ทั้งนี้เพื่อให้ได้กำไรตามต้องการและต้นทุนที่ประมาณ ขึ้นมาเพื่อให้ได้กำไรและราคาขายตามต้องการ ก็คือ ต้นทุนตามเป้าหมาย (Target Cost) ซึ่งอาจคำนวณได้จากสมการดังต่อไปนี้

$$\text{ต้นทุนตามเป้าหมาย} = \text{ราคาขายตามเป้าหมาย} - \text{กำไรที่ต้องการ}$$

ในทางปฏิบัติจะปรากฏว่า แม้บริษัทที่เข้าแข่งขันในตลาดจะกำหนดราคาขายตามเป้าหมายไว้ใกล้เคียงกัน แต่เมื่อวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนของกิจการแต่ละแห่งแล้วแต่จะแตกต่างกันมาก ทั้งนี้เพราะโครงสร้างในการผลิต การบริหารขนาดขององค์กร นโยบายธุรกิจและภาวะภาษีและข้อจำกัดด้านรัฐบาลและสถาบันการค้า และการเงินในแต่ละ

ประเทศมีความแตกต่างกัน จึงมีผลกระทบต่อกำไรในการดำเนินงานแตกต่างกันไปในธุรกิจแต่ละแห่ง ดังนั้นเมื่อธุรกิจส่งออกต้องกำหนดราคาขายสินค้าตามสภาพการตลาดก็จำเป็นที่จะต้องวางแผนและควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้การบริหารธุรกิจส่งออกประสบผลกำไรตามต้องการ

ประเภทที่ 2. การกำหนดราคาตามต้นทุน

การตั้งราคาตามกรณีนี้ จะต้องรวบรวมต้นทุนค่าใช้จ่ายทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกดังได้กล่าวมาในข้อ 2 และ 3 แล้วนำไปรวมกับจำนวนกำไรที่ต้องการ เพื่อคำนวณหาราคาขายของสินค้าดังนี้

$$\text{ราคาขายของสินค้า} = \text{ต้นทุนและค่าใช้จ่าย} + \text{กำไรที่ต้องการ}$$

$$\text{ต้นทุนและค่าใช้จ่าย} = \text{ต้นทุนการผลิต} + \text{ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง} + \text{ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ} \\ \text{ในการส่งออกสินค้า}$$

กิจการบางแห่งอาจจะพิจารณาเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ประกอบกับความเสี่ยงภัยอันเกิดจากความเสียหายและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ราคาขายครอบคลุมความเสี่ยงภัยทุกประเภท อย่างไรก็ตามยิ่งกิจการประเมินค่าความเสียหายและความไม่แน่นอนสูงเท่าไร ก็ยิ่งจะทำให้ราคาขายของสินค้าสูงเท่านั้น ซึ่งอาจจะเป็นผลให้ไม่สามารถใช้ราคานั้นแข่งขันในตลาดได้ จึงต้องพิจารณาราคาขายของคู่แข่งอื่น ๆ และแนวโน้มในตลาดควบคู่กันไปด้วย ไม่ควรอย่างยิ่งที่กิจการจะกำหนดราคาขายโดยเน้นเฉพาะแต่ประการเดียว

เพื่อให้การกำหนดราคาขายจากต้นทุน ยึดหยุ่นตามสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจึงมีการกำหนดราคาขายจากต้นทุนได้หลายวิธีดังนี้

1. กำหนดราคาขายจากต้นทุนรวม (Full Cost Pricing)

ต้นทุนรวม หมายถึง ต้นทุนและค่าใช้จ่ายทุกประเภทที่กล่าวมาในหัวข้อที่ 2 แล้วนำต้นทุนรวมไปบวกกำไรที่ต้องการ เพื่อกำหนดราคาขาย กิจการอาจประมาณต้นทุนรวมจากต้นทุนจริง หรือจากต้นทุนมาตรฐานที่กำหนดไว้ล่วงหน้าก็ได้ ดังนั้น ราคาตามตลาดตามกรณีนี้ก็คือ Standard ex factory (SEF) cost basic อย่างไรก็ตามการตั้งราคาแบบนี้อาจจะไม่เหมาะสม เพราะราคาขายดังกล่าวจะสูงเกินไปจนไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ นอกเสียจากว่าบริษัทเป็นผู้วางจำหน่ายสินค้าเป็นบริษัทแรกของตลาดแห่งนั้นหรือเป็นสินค้าที่ไม่มีคู่แข่ง

2. การกำหนดราคาขายจากต้นทุนรวมทั้งหมดยกเว้นส่วนแบ่งค่าใช้จ่ายทางการตลาด หรือ standard ex factory costs with no allocated marketing costs (SEFNAM)

เป็น allocated marketing costs (SEFNAM) เนื่องจากผู้ซื้อสินค้าหรือผู้นำเข้าเป็นผู้วางสินค้าในตลาด ณ ประเทศนั้น จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องรวมค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าอีก จึงตั้งราคาขายจากรายการที่ต้นทุนการผลิตจากโรงงาน ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ค่าใช้จ่ายบริหาร และค่าใช้จ่ายในการส่งออกเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้านี้เท่านั้น

3. การกำหนดราคาขายจากต้นทุนส่วนเกิน (Marginal Costing หรือ MC)

ต้นทุนส่วนเกิน หมายถึง ต้นทุนและค่าใช้จ่ายผันแปรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการส่งออกตัวสินค้า นั้นไปยังมือผู้นำเข้า การตั้งราคาขายจากต้นทุนส่วนเกินจะไม่นำเอาต้นทุนคงที่มารวมด้วย เมื่อนำเฉพาะต้นทุนผันแปรไปรวมกับกำไรที่ต้องการ ก็จะทำให้ราคาขายดังกล่าวต่ำกว่าราคาขายของสินค้าชนิดเดียวกับที่ขายอยู่ในประเทศและเป็นผลให้กิจการสามารถใช้ราคานั้นแข่งขันได้ในตลาด การใช้ต้นทุนส่วนเกินคำนวณต้นทุนสินค้า จะถือหลักที่ว่ากิจการผลิตสินค้าโดยปกติ (ภายในประเทศ) แล้วยังมีกำลังผลิตเหลือ จึงนำไปผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกเท่านั้นเป็นการเพิ่มผลผลิตและประหยัดต้นทุนคงที่เท่านั้นเอง

ในการเลือกใช้ราคาขายได้จึงจะเหมาะสมนั้น ควรขึ้นกับสภาพแวดล้อมและราคาขายของสินค้าในตลาดที่ต้องการวางจำหน่าย ผู้ส่งออกจะต้องสืบราคาขายของสินค้านั้นในท้องตลาดเสียก่อน ทั้งนี้เพื่อให้ราคาขายที่เสนอต่อลูกค้าสูงเกินไป นอกจากนี้ควรพิจารณารายละเอียดอื่น ๆ เช่นการให้ส่วนลดประเภทต่าง ๆ สกิลเงินที่ใช้ในการตกลงเงื่อนไขในการขนส่ง การชำระเงิน ภาวะภาษี ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้เกิดความเสี่ยงภัยและปัญหาที่เกิดขึ้นในภายหลังอันจะมีผลกระทบต่อกำไรของกิจการในที่สุด

การคำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้าเพื่อการส่งออก

1. สินค้าที่ต้องยื่นตรวจสอบรายละเอียดขั้นตอนการผลิต เฉพาะสินค้าที่จัดอยู่ภายใต้พิกัดศุลกากรที่ 84-97 เท่านั้น

- สินค้าประเภท เครื่องจักรและเครื่องใช้กล เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า ส่วนประกอบของเครื่องดังกล่าว เครื่องบันทึกเสียงและเครื่องถอดเสียง เครื่องบันทึกและเครื่องถอดภาพและเสียงทางโทรทัศน์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องดังกล่าว ในกลุ่มพิกัด 84 และ 85
- สินค้าประเภท ยานบก ยานอากาศ ยานน้ำ และเครื่องอุปกรณ์การขนส่งที่เกี่ยวข้อง ในกลุ่มพิกัด 86, 87, 88, และ 89
- สินค้าประเภท อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์ การถ่ายรูป การถ่ายทำภาพยนตร์ การวัด การตรวจสอบ การวัดความเที่ยง การแพทย์หรือศัลยกรรม นาฬิกาชนิดคล็อก และชนิดวอตซ์ เครื่องดนตรี รวมทั้งส่วนประกอบ และอุปกรณ์ประกอบของดังกล่าว ในกลุ่มพิกัด 90, 91, และ 92
- สินค้าประเภท อาวุธและกระสุน รวมทั้งส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของดังกล่าว ในกลุ่มพิกัด 93
- สินค้าประเภท ผลิตภัณฑ์เบ็ดเตล็ด ในกลุ่มพิกัด 94, 95, และ 96
- สินค้าประเภท ศิลปกรรมของที่นักสะสมรวบรวมและโบราณวัตถุ ในพิกัด 97

2. เอกสารประกอบการพิจารณา

- 2.1 จดหมายขอให้ตรวจสอบรายละเอียดขั้นตอนการผลิต ต้นทุน และราคาสินค้า เพื่อขอใช้สิทธิพิเศษ โดยให้ระบุประเทศปลายทางที่จะส่งออกด้วย **พร้อมทั้งแจ้งชื่อและหมายเลขโทรศัพท์ ผู้ติดต่อกลับ**
- 2.2 หนังสือรับรองรายละเอียดขั้นตอนการผลิต ต้นทุน และราคาสินค้าตามแบบฟอร์มที่กำหนดไว้ (สก. 2)
- 2.3 สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล (อายุไม่เกิน 1 ปี) พร้อมรายชื่อกรรมการบริษัท ฯ
- 2.4 สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ. 20)
- 2.5 สำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานที่อนุญาตให้บริษัทฯ ดำเนินการได้จนถึงปัจจุบันพร้อมรายละเอียดและวัตถุประสงค์
- 2.6 แผนผังแสดงการผลิต ตามขั้นตอนโดยสรุป
- 2.7 สำเนาหลักฐานการนำเข้าวัสดุ ได้แก่ ใบขนสินค้าขาเข้า อินวอยซ์ เป็นต้น
- 2.8 สำเนาหลักฐานการซื้อวัสดุในประเทศ ได้แก่ ใบกำกับภาษี อินวอยซ์ เป็นต้น
- 2.9 หนังสือรับรองความถูกต้องของวัสดุในประเทศที่ใช้ในการผลิตสินค้า

หมายเหตุ สำเนาเอกสารประกอบการพิจารณาทุกฉบับ จะต้องลงนามและประทับตรา

บริษัทรับรองความถูกต้อง

3. ผู้ลงนามรับรองในหนังสือรับรองรายละเอียดขั้นตอนการผลิตฯ และหลักฐานเอกสารประกอบการพิจารณา ต้องเป็นผู้มีอำนาจทำการแทนตามที่ได้ระบุไว้ในหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในข้อ 2.3 หากเป็นผู้รับมอบอำนาจ ต้องแสดงหนังสือมอบอำนาจให้ผู้ลงนามแทนได้

5. ต้นทุนการผลิตในประเทศ (ต่อ 1 หน่วยสินค้า)

5.1 ต้นทุนของวัสดุในประเทศที่ใช้ในการผลิต

อัตราแลกเปลี่ยน : 1 เหรียญสหรัฐฯ =บาท

(1) ชื่อวัตถุดิบ/วัสดุ ที่ใช้ในการผลิต	(2) หน่วย วัตถุดิบ/วัสดุ	(3) จำนวนที่ใช้ ในการผลิต	(4) ราคาต่อหน่วย (\$ US)	(5) มูลค่ารวม (\$ US)
รวม (\$ US)				

- หมายเหตุ :
1. หลักฐานที่ใช้ประกอบการพิจารณาต้นทุนวัสดุในประเทศ เช่น สำเนาใบเสร็จรับเงิน, ใบกำกับภาษี, ใบส่งของ, Invoice เป็นต้น
 2. ในช่องที่ (4) “ราคาต่อหน่วย” และช่องที่ (5) “มูลค่ารวม” ให้แสดงเป็นเงินเหรียญสหรัฐฯ
 3. ให้ระบุอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับเงินเหรียญสหรัฐฯ

5.2 ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ ที่มีใช้วัตถุดิบ/ วัสดุที่ใช้ในการผลิต (ต่อ 1 หน่วยสินค้า)

ต้นทุนการผลิต	มูลค่า (\$ US)
ค่าแรง การฝึกหัด การดูแลเครื่องจักร การควบคุมคุณภาพ ค่าแบบ ค่าเครื่องมือ ค่าเสื่อมเครื่องจักร ค่าเครื่องมือเครื่องใช้ ค่าตรวจ และทดสอบสินค้า ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการค้นคว้าและวิจัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ	
รวม (\$ US)	

6. ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าไปท่าเรือหรือด่านพรมแดนที่ส่งออก (ต่อ 1 หน่วยสินค้า)

ค่าใช้จ่าย	มูลค่า (\$ US)
รวม (\$ US)	

11. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ข้อมูลและเอกสารหลักฐานที่ได้แสดงประกอบการพิจารณาดำเนินการ
ผลิตข้างต้น ถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ รวมทั้งยินดีที่จะอำนวยความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่เพื่อตรวจสอบ
กระบวนการผลิต ณ โรงงาน และตรวจเอกสารหลักฐานเพิ่มเติม หากภายหลังปรากฏว่าข้อมูลและเอกสารหลักฐานดัง
กล่าวไม่ถูกต้องตามความเป็นจริงแม้เพียงส่วนหนึ่งส่วนใด ข้าพเจ้ายินยอมให้กรรมการค้าต่างประเทศระงับการออก
หนังสือรับรองสำหรับสินค้าดังกล่าวในทันที และยินดีให้กรรมการค้าต่างประเทศดำเนินการกับข้าพเจ้าตามกฎหมายได้
ตามที่เห็นสมควร

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....