



จ ร ส ล ส

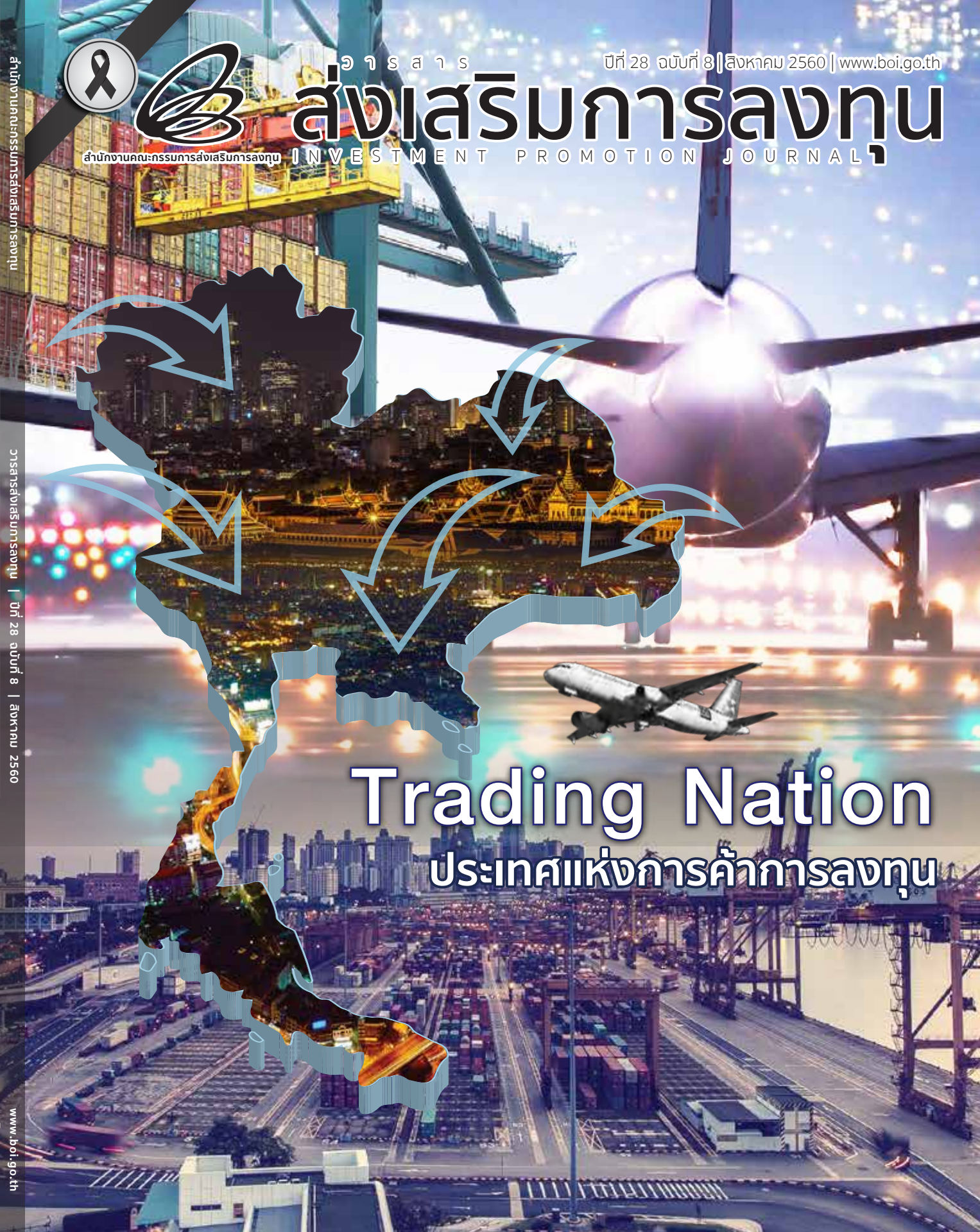
ปีที่ 28 ฉบับที่ 8 | สิงหาคม 2560 | www.boi.go.th

ส่งเสริมการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน INVESTMENT PROMOTION JOURNAL



Trading Nation ประเทศแห่งการค้าการลงทุน





ปลอ่งข้าพระพุทธเจ้า

ขอหม่อมเกล้าหม่อมกระหม่อมรำลึก ในพระมหากรุณาธิคุณหาที่สุติมิได้

ข้าพระพุทธเจ้า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน



สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน





สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

วารสาร ส่งเสริมการลงทุน

INVESTMENT PROMOTION JOURNAL

ปีที่ 28 ฉบับที่ 8 | สิงหาคม 2560 | www.boi.go.th

เจ้าของ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

คณะที่ปรึกษา

นางสิริัญญา สุฉินัย	เลขาธิการฯ
นางสาวอัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย	รองเลขาธิการฯ
นางสาวดวงใจ อัครจินตจิตร์	รองเลขาธิการฯ
นายโชคดี แก้วแสง	รองเลขาธิการฯ
นางสาววงกช อนุโรจน์	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน
	และที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการ

นางสาวกาญจนา นพพันธ์	บรรณาธิการบริหาร
นางสาวช่อแก้ว ประสงค์สม	หัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางนุชนารถ วงษ์เกษม	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางสาวสุนันทา อัคระภัก	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ

คณะทำงานวารสารส่งเสริมการลงทุน

ผู้อำนวยการกองความร่วมมือการลงทุนต่างประเทศ
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ
ผู้อำนวยการสำนักการตลาดเพื่อการลงทุน
ผู้อำนวยการสำนักบริหารการลงทุน 1
ผู้อำนวยการสำนักบริหารการลงทุน 2
ผู้อำนวยการสำนักบริหารการลงทุน 3
ผู้อำนวยการสำนักบริหารการลงทุน 4
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการลงทุน
ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์และนโยบายการลงทุน
ผู้อำนวยการสำนักสารสนเทศการลงทุน
ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
ผู้อำนวยการกลุ่มกฎหมาย

ติดต่อ กองบรรณาธิการ

ศูนย์บริการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ : 0 2553 8111 ต่อ 8178, 6196
โทรสาร : 0 2553 8222
อีเมล : head@boi.go.th
เว็บไซต์ : www.boi.go.th
Application : BOI Thailand
Facebook : BOI News

ผลิตโดย

บริษัท หัวใหญ่ จำกัด 22/17 ซอยลาดพร้าว 23
แขวงจันทน์เกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
Tel : 0 2938 2993, 08 5142 6470

บก.แกลง



Trading Nation ประเทศแห่งการค้าการลงทุน

แม้ว่าสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) จะมีบทบาทหลักคือ ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนภายในประเทศ ผ่านการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี และสิทธิประโยชน์ที่มีใช่ภาษี (บริการด้านต่างๆ) แต่คงเป็นไปได้ยากที่บริษัทต่างชาติจะไม่เข้ามาสำรวจตลาดหรือทดลองทำการค้าเพื่อให้เกิดความมั่นใจเสียก่อน จึงจะนำไปสู่การตัดสินใจ เข้ามาลงทุนในประเทศไทย

ดังนั้น บีโอไอจึงเปิดประเภทกิจการเพื่อรองรับการค้าระหว่างประเทศ ในรูปแบบกิจการศูนย์บริการโลจิสติกส์ กิจการสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ กิจการบริษัทการค้าระหว่างประเทศ กิจการสนับสนุนการค้าและการลงทุน และกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นอีกหนึ่งกำลังในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็น **“Trading Nation” หรือ “ประเทศแห่งการค้า”**

ทั้งนี้แต่ละประเภทกิจการ จะได้รับสิทธิประโยชน์แตกต่างกัน เช่น การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล การยกเว้นอากรเครื่องจักร การยกเว้นอากรวัตถุดิบ สำหรับการผลิตเพื่อส่งออก เป็นต้น ซึ่งสิทธิประโยชน์นี้จะช่วยให้ลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจลง และยังทำให้บริษัทต่างชาติได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาศักยภาพการลงทุนในประเทศไทย เพื่อขยายไปสู่การลงทุนในกิจการที่ใช้ฐานความรู้และเทคโนโลยีในโอกาสข้างหน้าต่อไป

เนื้อหาที่น่าสนใจ ท่านสามารถติดตามได้ภายในเล่มค่ะ

สารบัญ CONTENTS

BOI

พระมหากษัตริย์คุณ

สร้างสมดุลให้ธรรมชาติชายฝั่งทะเล
ที่อ่าวคุ้งกระเบน (ตอนที่ 1)

4

แควดวงบีโอไอ

6

ปฏิทินกิจกรรมบีโอไอ

7

14



ภาพรวม
e-Commerce ของโลก

32



ศูนย์กระจายสินค้าระหว่าง
ประเทศเพื่อให้ประเทศไทย
เป็น Trading Nation

8

ประเทศไทยกับการมุ่งสู่
การเป็น Trading Nation

Trading Nation

ประเทศแห่งการค้าการลงทุน

8 ประเทศไทยกับการมุ่งสู่
การเป็น Trading Nation

14 ภาพรวม e-Commerce
ของโลก



27 กิจกรรมบริษัทการค้า
ระหว่างประเทศ (ITC)
ส่งเสริมไทยสู่การเป็น
Trading Nation

32 ศูนย์กระจายสินค้า
ระหว่างประเทศ
เพื่อให้ประเทศไทยเป็น
Trading Nation



39 กิจกรรมสนับสนุนการค้า
และการลงทุน

45 สำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ
(IHQ)

นานาสาระ



49 โอกาสการลงทุนไทยในจีน
ผ่านมุมมองอดีตทูตพาณิชย์



61 ศูนย์บุคลากรทักษะสูง (STC)



ถนนสู่ BUILD

66 BUILD Roadshow
MTA VIETNAM 2017
ครั้งที่ 15

ภาวะส่งเสริมการลงทุน

68 โครงการอนุมัติ
ให้การส่งเสริมการลงทุน



ตามรอยพระบาทในหลวง ร. 9 สร้างสมดุลให้ธรรมชาติชายฝั่งทะเล

ที่อ่าวคุ้งกระเบน (ตอนที่ 1)

เรื่อง | สุนันทา อักษรกิจ

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี เป็นศูนย์กลางในการดำเนินการทดลอง ศึกษา วิจัย เพื่อหารูปแบบการพัฒนาและการจัดการทรัพยากรชายฝั่ง รวมถึงการพัฒนา ด้านการประมง การเกษตร และปศุสัตว์ เพื่อ เป็นแหล่งรวบรวมความรู้และเทคโนโลยี แบบใหม่ๆ ที่ประชาชนสามารถเข้ามาศึกษา หาความรู้และนำไปปฏิบัติต่อไปได้

โดยเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2524 พระบาท สมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ได้ พระราชทานพระราชดำริแก่นายบุญนาค สายสว่าง ผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี ในวโรกาสเสด็จ พระราชดำเนินไปประกอบพิธีเปิดพระบรม ราชาานุเสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

จังหวัดจันทบุรี โดยมีสาระสำคัญคือ “...ให้พิจารณา หาพื้นที่ที่เหมาะสม จัดทำโครงการพัฒนา ด้านอาชีพการประมง และการเกษตรในพื้นที่ ดินชายฝั่งทะเลของจังหวัดจันทบุรี...” และ พระราชทานเงินที่ราษฎรจังหวัดจันทบุรีได้ร่วม ทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายโดยเสด็จพระราชกุศล ในโอกาสดังกล่าวเป็นทุนริเริ่มดำเนินการ

ต่อมาเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2524 ได้มี พระราชดำริเพิ่มเติม เกี่ยวกับโครงการพัฒนา ที่จะจัดทำขึ้นในจังหวัดจันทบุรี มีสาระสำคัญคือ “...ให้พิจารณาจัดหาพื้นที่ป่าสงวนเสื่อมโทรม หรือพื้นที่สาธารณประโยชน์ เพื่อจัดตั้งศูนย์ ศึกษาการพัฒนา เช่นเดียวกับโครงการศูนย์ศึกษา การพัฒนาเขาหินซ้อน ให้เป็นศูนย์ศึกษาพัฒนา ในเขตที่ดินชายทะเล...”

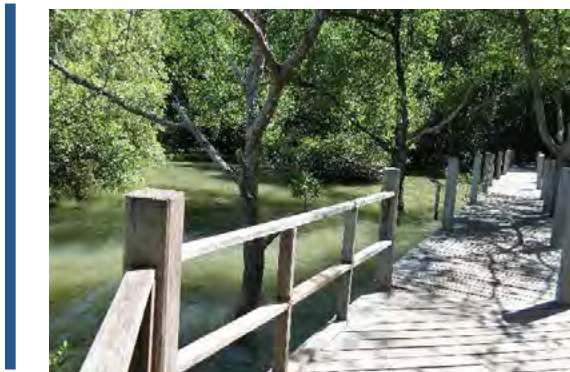


และเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2531 ได้พระราชทานพระราชดำริกับนายกรัฐมนตรี ประธานกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริความตอนหนึ่งว่า “...คุ้งกระเบนเป็นการศึกษาเกี่ยวกับชายทะเล ต้นไม้ต่างๆ ชายทะเลและปลาการประมง...”

“การฟื้นฟูและจัดการทรัพยากรชายฝั่งทะเลจากยอดเขาสู่ท้องทะเล” คือหลักการในดำเนินงานของศูนย์ฯ แห่งนี้ ส่วนการดำเนินงานในกิจกรรมที่สำคัญประกอบด้วย การอนุรักษ์ดิน น้ำ และป่าไม้ ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรในพื้นที่รอยต่อป่าชายเลนและเชิงเขาอนุรักษ์ป่าชายเลนที่สมบูรณ์รอบอ่าวคุ้งกระเบน ส่งเสริมและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง ซึ่งได้จากผลสำเร็จจากงานการศึกษาพัฒนาและผลพลอยได้จากความอุดมสมบูรณ์ที่ฟื้นคืนมาของสภาพแวดล้อมก็คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์



ศูนย์ฯ แห่งนี้มีพื้นที่ครอบคลุมชายฝั่งทะเลบริเวณอ่าวคุ้งกระเบนมากกว่า 4,000 ไร่ นับเป็นพื้นที่ป่าชายเลนที่มีความอุดมสมบูรณ์และสวยงามที่สุดของจันทบุรี โดยมีพื้นที่ประมาณ 1,100 ไร่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของป่าสงวนแห่งชาติป่าคุ้งกระเบนและป่าอ่าวแหลมหนู โดยมีพันธุ์ไม้บริเวณป่าชายเลนมากกว่า 30 ชนิด ขึ้นกระจายปกคลุมอยู่รอบอ่าวเป็นแนวกว้างโดยเฉลี่ย 30 - 200 เมตร และโค้งยาวไปตามขอบอ่าวเป็นระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร





แวดวงบีโอไอ

แวดวง “บีโอไอ”



10 กรกฎาคม 2560

คุณหิรัญญา สุจินัย เลขาธิการบีโอไอ ร่วมงานสัมมนา “ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมไบโอเทคโนโลยีระหว่างประเทศไทยและเกาหลีใต้” ซึ่งจัดโดยบีโอไอ ร่วมกับจังหวัด Gyeonggi ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความแข็งแกร่งและความก้าวหน้าด้านไบโอเทคโนโลยี พร้อมบรรยายพิเศษเรื่อง นโยบายส่งเสริมการลงทุนและโอกาสในอุตสาหกรรมไบโอเทคโนโลยี ณ ประเทศเกาหลีใต้



3 สิงหาคม 2560

คุณโชคดี แก้วแสง รองเลขาธิการบีโอไอ ต้อนรับคณะนักธุรกิจจากประเทศจีน และผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาและการปฏิรูปแห่งประเทศไทย ในโอกาสเดินทางมาสำรวจสู่ทางการค้าและการลงทุนในไทย ณ อาคารจัตุรัสจามจุรี กรุงเทพฯ



20 กรกฎาคม 2560

คุณหิรัญญา สุจินัย เลขาธิการบีโอไอ และ **คุณอัฉริรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย** รองเลขาธิการบีโอไอ ร่วมเป็นสักขีพยานในพิธีเปิดสนามทดสอบ ฮอนด้า อาร์แอนด์ดี เอเชีย แปซิฟิก ณ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดปราจีนบุรี



27 กรกฎาคม 2560

คุณหิรัญญา สุจินัย เลขาธิการบีโอไอ แถลงข่าวผลการประชุมบอร์ดบีโอไอ ครั้งที่ 4/2560 ณ ตึกนารีสโมสร ทำเนียบรัฐบาล



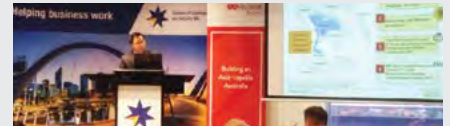
4 สิงหาคม 2560

คุณสลิล วิศาลสวัสดิ์ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการลงทุน ณ กรุงโตเกียว ร่วมกับคณะจากบีโอไอกรุงเทพฯ นำโดยคุณช่อนกลีน พลอยมี ผู้อำนวยการสำนักการตลาดเพื่อการลงทุน จัดกิจกรรมสัมมนานโยบายส่งเสริมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า และแผนพัฒนาโครงการ EEC ณ เมืองนาโกยา ประเทศญี่ปุ่น



26 กรกฎาคม 2560

คุณอัฉริรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย รองเลขาธิการบีโอไอ ร่วมแสดงความยินดีกับผู้บริหารฮาร์เลย์-เดวิดสัน จากประเทศสหรัฐอเมริกา ในพิธีวางศิลาฤกษ์โรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ฮาร์เลย์-เดวิดสัน ณ นิคมอุตสาหกรรมเหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง



27 กรกฎาคม 2560

คุณนฤตม์ เทอดสถีรศักดิ์ ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์และนโยบายการลงทุน รักษาการในตำแหน่งที่ปรึกษาด้านการลงทุน ร่วมบรรยายในงานสัมมนา “Why Thailand? Opportunities for Australian Businesses” ณ นครเพิร์ธ รัฐเวสต์เทิร์นออสเตรเลีย ประเทศออสเตรเลีย



4 สิงหาคม 2560

พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี รับผิดชอบต่อเงินจากคุณหิรัญญา สุจินัย เลขาธิการบีโอไอ จำนวน 15,537,000 บาท ซึ่งรวบรวมจากเจ้าหน้าที่บีโอไอ และบริษัทต่างๆ ที่ร่วมสมทบ เพื่อนำไปมอบให้ประชาชนผู้ประสบภัยน้ำท่วมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ณ ทำเนียบรัฐบาล

ปฏิทินกิจกรรมบีโอไอ

CALENDAR BOI

สิงหาคม 2560 | August 2017

วันที่
8 - 11

สิงหาคม 2560

เปิดวิสัยทัศน์สร้างโอกาสการลงทุนผู้ประกอบการภาคใต้ และสร้างเครือข่ายการลงทุนในภาคตะวันออก

จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะเข็งทรา ซลบุรี ระยอง | ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 6 (สุราษฎร์ธานี) | 0 7740 4603

วันที่
16

สิงหาคม 2560

สัมมนา “Thailand Overseas Investment Forum 2017”

โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ | กองส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ | 0 2553 8139
0 2553 8111 ต่อ 6157

วันที่
22

สิงหาคม 2560

สัมมนา “โอกาสการลงทุนไทยในประเทศตลาดใหม่: สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อินเดีย แอฟริกาใต้ และแทนซาเนีย”

โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ | กองส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ | 0 2553 8139
0 2553 8111 ต่อ 6168

วันที่
23 - 25

สิงหาคม 2560

ผู้ซื้อพบผู้ขาย (VMC) เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสู่ภาคตะวันออกเชิงเหนือ

จังหวัดขอนแก่น - จังหวัดมุกดาหาร - แขวงสะหวันเขต(สปป.ลาว) - จังหวัดนครพนม | กลุ่มพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (BUILD) | 0 2553 8111 ต่อ 4

วันที่
24

สิงหาคม 2560

สัมมนา “โอกาสการลงทุนของไทยในประเทศเพื่อนบ้าน”

โรงแรมดุสิต โอซีแลนด์ รีสอร์ท จังหวัดเชียงราย | กองส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ | 0 2553 8336
0 2553 8111 ต่อ 6168

วันที่
31

สิงหาคม 2560

สัมมนา “บีโอไอ ไขปัญหาแรงงาน (การใช้แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือภายใต้ MOU)”

โรงแรม มิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพฯ | สำนักพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการลงทุน | 0 2553 8414, 0 2553 8424
0 2553 8111 ต่อ 6176

วันที่
20

กันยายน 2560

เสวนาในพิธีเปิดโครงการ Single Window for Visa and Work permit

โรงแรม มิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพฯ | กลุ่มผู้ชำนาญการต่างประเทศ | 0 2553 1168
0 2553 1169



ประเทศไทยกับ การมุ่งสู่การเป็น Trading Nation

ในช่วงระยะเวลา 50 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยใช้นโยบายส่งเสริมการลงทุนในการกระตุ้นให้เกิดการลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งได้ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นแหล่งรองรับการลงทุนและเป็นแหล่งผลิต รวมทั้งส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของภูมิภาคและของโลก สินค้าหลักที่ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตและส่งออก ประกอบด้วย เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม และเม็ดพลาสติก

การพัฒนาที่มุ่งเน้นส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยเป็นเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคการค้าระหว่างประเทศสูง โดยมูลค่าการนำเข้าและส่งออกสูงถึงร้อยละ 140 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สะท้อนให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยพึ่งพาเศรษฐกิจต่างประเทศสูงมาก



ฐานการผลิตใหญ่ แต่มูลค่าน้อย

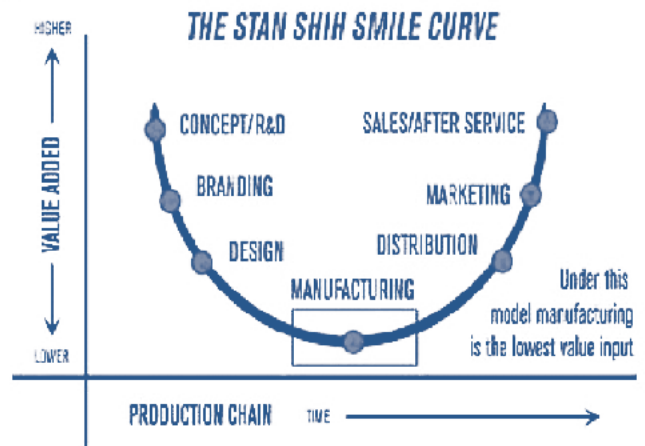
ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมหลักหลายชนิด แต่เมื่อพิจารณาห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมตามกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ช่วงคือ

► **กิจกรรมก่อนการผลิต** ประกอบด้วย การวิจัยและพัฒนา การออกแบบ การจัดหาวัตถุดิบ กิจกรรมการผลิตและการประกอบ

► **กิจกรรมหลังการผลิต** ประกอบด้วย การจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า การตลาด และการสร้างแบรนด์สินค้า การจัดการลูกค้า และการบริการหลังการขาย



กิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย คือ กิจกรรมการผลิตและประกอบ ซึ่งเป็นส่วนที่ต่ำที่สุดของแผนภาพ และมีมูลค่าเพิ่มต่ำที่สุด



ตามหลักของ The Stan Shih Smiling Curve จะพบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยและคนไทยเป็นเจ้าของ คือ “กิจกรรมการผลิตและประกอบ” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่อยู่ส่วนต่ำที่สุดของแผนภาพและมีมูลค่าเพิ่มต่ำที่สุด ส่วนกิจกรรมอื่นที่มีมูลค่าเพิ่มสูงส่วนใหญ่เป็นของต่างชาติหรือเกิดขึ้นนอกประเทศไทย

ทั้งนี้เห็นได้ชัดในกรณีของหลายอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตประกอบและผู้ประกอบการไทยอยู่ในฐานะผู้รับจ้างผลิต ซึ่งนั่นหมายความว่า ประเทศไทยคือฐานการผลิตใหญ่แห่งหนึ่งของโลกและภูมิภาค แต่มีมูลค่าน้อย ซึ่งมีส่วนทำให้อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยมีอัตราการเติบโตไม่ถึงร้อยละ 5 ต่อปี



ฮ่องกงและสิงคโปร์ เป็นตัวอย่าง ที่ดีสำหรับการเป็น Trading Nation ทั้งที่มีได้มีการผลิตสินค้าเป็นหลัก และมีทรัพยากรจำกัด



สิงคโปร์ และฮ่องกง
ตัวอย่าง Trading Nation
ที่ประสบความสำเร็จ



ฮ่องกงและสิงคโปร์ ถือว่าเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับประเทศที่ประสบความสำเร็จจากการเป็น Trading Nation โดยวัดผลจากระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของฮ่องกงและสิงคโปร์ที่อยู่ในระดับสูง (GDP Per Capita ปี 2559 ของสิงคโปร์และฮ่องกงอยู่ที่ 53,053 และ 42,963 เหรียญสหรัฐฯ เป็นอันดับ 3 และ 4 ของเอเชียตามลำดับ เทียบกับ 6,205 เหรียญสหรัฐฯ ของค่าเฉลี่ยประเทศในภูมิภาคเอเชีย) ทั้งที่มีได้มีการผลิตสินค้าเป็นหลักและมีทรัพยากรจำกัด

เศรษฐกิจของสิงคโปร์และฮ่องกงต่างขับเคลื่อนจากภาคการค้าและโลจิสติกส์ประมาณร้อยละ 30 ของ GDP ซึ่งเป็นภาคส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศสู่ Trading Nation

ในอดีตฮ่องกงเริ่มต้นจากการผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นเช่นเดียวกับประเทศไทย ก่อนขยับสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าในภูมิภาค แต่หลังปี 2547 ฮ่องกงและจีนทำข้อตกลง CEPA ทำให้สินค้าที่ฮ่องกงส่งไปจีนเสียภาษี ในอัตราร้อยละ 0 ประกอบกับจีนแต่งตั้งฮ่องกงเป็น RMB Offshore Center ฮ่องกงจึงมีโอกาสดังกล่าวในการเป็นศูนย์กลางหรือตัวแทนในการดำเนินธุรกรรมระหว่างเงินกับประเทศต่างๆ



สำหรับ**สิงคโปร์**ที่เพิ่งก่อตั้งประเทศเมื่อปี 2508 ด้วยข้อจำกัดด้านทรัพยากร ทำให้รัฐบาลสิงคโปร์วางเป้าหมายประเทศเป็นศูนย์กลางด้านการค้า การเงิน และการขนส่งทางทะเลมาตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงปัจจุบัน

สิ่งสำคัญในการพัฒนาประเทศสู่ Trading Nation ของทั้งสองประเทศ คือ การปรับปรุงประสิทธิภาพและขีดอุปสรรคที่เกี่ยวข้องข้องในด้านต่างๆ ดังนี้

▶ **ด้าน Hardware** ด้วยการปรับปรุง ระบบโลจิสติกส์ การเงิน และศุลกากร

▶ **ด้าน Software** ด้วยการปรับกฎระเบียบต่างๆ ให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ การค้า และการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ

▶ **ด้านทรัพยากรมนุษย์** ด้วยการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในประเทศ รวมถึงการกำจัดปัญหาคอร์รัปชัน สะท้อนจากตัวชี้วัดสำคัญ ที่ทั้งสองประเทศอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลกนั่นเอง



ทำไมประเทศไทยต้องเป็น Trading Nation

การส่งออกของไทยในช่วงหลัง มีการเติบโตในอัตราที่ไม่สูง โดยเฉพาะตั้งแต่ปี 2555 - 2557 (มกราคม - ตุลาคม) มูลค่าส่งออกของไทยขยายตัวเฉลี่ยไม่ถึงร้อยละ 1 ต่อปี เทียบกับในช่วงปี 2546 - 2554 ที่ขยายตัวเฉลี่ยเลข 2 หลักหรือมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี มาโดยตลอด

สาเหตุที่ทำให้การส่งออกของไทยมีอัตราการเติบโตที่ไม่สูงมากนัก ส่วนหนึ่งเป็นผลจากข้อจำกัดเชิงโครงสร้างในการเติบโตของภาคส่งออกของไทย อาทิ ค่าจ้างแรงงานที่ปรับตัวสูงขึ้นกว่าประเทศคู่แข่งหลายประเทศ ประกอบกับสินค้าที่เราผลิตปรับตัวไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการในตลาดโลก และข้อจำกัดในการขยายการลงทุน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมหนัก

เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของประเทศไทย จะพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในแง่ที่ตั้งที่เป็นศูนย์กลางของอาเซียน มีการเชื่อมโยงผ่านการค้าชายแดนด้วยมูลค่าสูงถึงเกือบ 1 ล้านล้านบาท ขณะที่การเชื่อมโยงทางถนนระหว่างกันเสร็จสมบูรณ์แล้ว

ส่วนการเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟ แม้ปัจจุบันมี 2 เส้นทาง ได้แก่ จังหวัดหนองคายกับท่านาแล้งของ สปป.ลาว และระหว่างไทยกับมาเลเซีย บริเวณด่านปาดังเบซาร์ จังหวัดสงขลา แต่ในระยะต่อไปคาดว่าจะเกิดการเชื่อมโยงภายในภูมิภาคมากขึ้น

สนับสนุนการจัดตั้ง International Trading Company ทำหน้าที่เป็น บริษัทการค้าระหว่างประเทศ หรือ Trader เน้นการนำสินค้าเข้ามา เพื่อส่งออกไปยังตลาดปลายทาง

ดังนั้นประเทศไทยควรจะต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจครั้งใหญ่ ซึ่งแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจคือ การขับเคลื่อนประเทศสู่ Trading Nation โดยสนับสนุนการจัดตั้ง International Trading Company (ITC) ทำหน้าที่เป็นบริษัทการค้าระหว่างประเทศ หรือ Trader เน้นการนำสินค้าเข้ามาเพื่อส่งออกไปยังตลาดปลายทาง รวมทั้งการแก้ไขกฎระเบียบต่างๆ ที่เป็นปัญหาอุปสรรคต่อการเป็น Trading Nation ของประเทศไทย



เครื่องมือในการส่งเสริมเพื่อให้ไทยเป็น Trading Nation

รัฐบาลให้ความสำคัญกับการยกระดับประเทศไทยไปสู่การเป็น Trading Nation ซึ่งเป็นนโยบายที่จะเสริมสร้างการเติบโต และนำภาคเอกชนสู่ความรุ่งเรืองในการค้าได้อย่างยั่งยืน และเป็นสิ่งที่จะช่วยให้การแข่งขันทางการค้า ราบรื่น และโปร่งใสด้วย

ปัจจุบันภาครัฐดำเนินการจัดทำมาตรการหลายอย่าง เพื่อสนับสนุนการเป็น Trading Nation ทั้งมาตรการทางภาษีและไม่ใช่อายุ



ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
ระยะเวลา 15 รอบบัญชี
และการลดหย่อนภาษีเงินได้
บุคคลธรรมดาเหลือร้อยละ 15
(จากเดิมร้อยละ 35)

มาตรการทางภาษีและไม่ใช้ภาษี

มาตรการทางภาษี (Tax Incentives) ที่ออกโดยกรมสรรพากร กระทรวงการคลัง เป็นมาตรการที่มุ่งใจให้บริษัทไทยและต่างชาติที่ตั้งสำนักงานใหญ่ (International Head Quarter: IHQ) ในไทยมากขึ้น เพื่อช่วยกันสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้เอื้อต่อการค้าระหว่างประเทศ **ทั้งการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลระยะเวลา 15 รอบบัญชี และการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเหลือร้อยละ 15 (จากเดิมร้อยละ 35) สำหรับคนต่างด้าวที่มาทำงานในสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย**

สำหรับมาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี (Non Tax Incentives) ขณะนี้มีกฎหมายและระเบียบบางอย่างได้มีการแก้ไขแล้ว เพื่อให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ทั้งในแง่ของกฎหมาย ซึ่งปัจจุบันต้องยอมรับว่า ประเทศไทยมีกฎหมายหลายฉบับที่ยังไม่เอื้อต่อการแข่งขันการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งการเสริมสร้างบุคลากรที่มีศักยภาพพอที่จะแข่งขันกับต่างประเทศได้ซึ่งปัจจัยด้านกฎหมาย กฎระเบียบ และการสร้างบุคลากรถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศสิงคโปร์เป็นต้นแบบของความสำเร็จในการสร้าง “Trading Nation”



กฎหมายศุลกากร

กฎหมายที่สำคัญมากฉบับหนึ่งที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบาย “Trading Nation” คือ **กฎหมายศุลกากร** ซึ่งในปี 2560 นี้ กฎหมายศุลกากรได้มีการปรับปรุงแก้ไขแล้ว เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การค้าในปัจจุบัน ซึ่งสภานิติบัญญัติแห่งชาติ หรือ สนช. ได้ลงมติเห็นชอบในการแก้ไขกฎหมายศุลกากรดังกล่าวไปแล้วเมื่อเดือนมีนาคม 2560 และได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2560 ที่ผ่านมา โดยจะมีผลบังคับใช้ในอีก 180 วันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป หรือประมาณกลางเดือนพฤศจิกายน 2560 ที่จะถึงนี้

กฎหมายศุลกากรฉบับแก้ไขใหม่นี้ สาระสำคัญได้นำกฎหมายศุลกากรต่าง ๆ รวม 24 ฉบับ มารวมเป็นฉบับเดียวคือ **“พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560”** ซึ่งกฎหมายศุลกากรใหม่นี้จะทำให้มีความทันสมัยคล่องตัว สะดวกกับการใช้งาน เหมาะสมกับการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งจะมีการปรับปรุงให้กฎหมายฉบับนี้มีความเป็นสากลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการค้าให้แก่ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น





ตัวอย่างหนึ่งของการแก้ไขกฎหมายศุลกากรที่จะอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจการค้ามากขึ้น ได้แก่ มาตรา 152 ในกฎหมายศุลกากรที่ระบุว่า ในกรณีการนำเข้าเข้ามาในราชอาณาจักรหรือนำวัตถุดิบภายในราชอาณาจักรเข้าไปในเขตปลอดอากรหรือพื้นที่ตามที่กำหนดในกฎกระทรวงเพื่อผลิต ผสม ประกอบ บรรจุ หรือดำเนินการด้วยวิธีอื่นใดกับของนั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร **ให้ของนั้นได้รับยกเว้นไม่อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวกับการควบคุมมาตรฐานหรือคุณภาพ การประทับตราหรือเครื่องหมายใด ๆ แก่ของนั้น**


ซึ่งกฎหมายเดิม ของที่นำเข้ามา ถึงแม้จะไม่มีกรจำหน่ายในประเทศ แต่ในกฎหมายศุลกากรฉบับใหม่ อาจจะไม่ต้องดำเนินการขอใบอนุญาต ซึ่งจะทำให้การค้าระหว่างประเทศมีความสะดวกมากขึ้น

สำหรับมาตรการส่งเสริมการลงทุน บีโอไออาจจะ มีมาตรการหรือประเภทกิจการใหม่ที่ออกมาเพื่อรองรับนโยบาย Trading Nation นี้เพิ่มเติมในอนาคต

เป้าหมายการก้าวสู่การเป็น Trading Nation ของประเทศไทย เป็นเป้าหมายที่ท้าทาย ซึ่งรัฐบาลมีเป้าหมายสนับสนุนเพื่อให้คนไทยได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรี

ทางการค้ามากขึ้น สนับสนุนและพัฒนาผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ก้าวสู่การเป็นผู้ส่งออก และเป็นนักลงทุนระหว่างประเทศ พัฒนาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยทั้งในตลาดโลกและตลาดอาเซียน

รวมทั้งการพัฒนากฎหมายให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลเชิงลึก เพื่อประกอบการตัดสินใจของภาคเอกชน พัฒนาระบบการเงินและธนาคารพาณิชย์ให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันภายใต้แผนยุทธศาสตร์ของการเป็น Trading Nation ที่มีความชัดเจนและสามารถประเมินผลได้

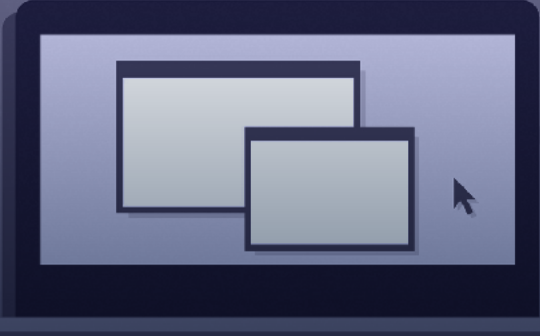
ดังนั้นหากสามารถผลักดันประเทศไทยให้ไปสู่การเป็น **“Trading Nation”** ได้สำเร็จ ก็จะเป็นกลไกหนึ่งทีนอกเหนือจากการสนับสนุน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) ที่ช่วยยกระดับประเทศไทยไปสู่ **“ประเทศที่มีรายได้สูง”** หรือเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วได้อย่างแน่นอน 



ภาพรวม

e-Commerce

ของโลก



เทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้การขายสินค้าไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะสถานที่อีกต่อไป ผู้ประกอบการสามารถหาสินค้าแล้วโพสต์ขายตามโซเชียลมีเดียและส่งของให้ลูกค้าผ่านทางไปรษณีย์ได้อย่างง่ายดาย การซื้อของผ่านทางอินเทอร์เน็ตช่วยลด Opportunity Cost ของผู้ซื้อที่ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อซื้อสินค้านั้น ทั้งนี้สินค้าบางอย่างไม่ได้มีขายในประเทศ ทำให้ผู้ที่มีความต้องการจะซื้อสินค้านี้ดังกล่าวต้องเดินทางไปซื้อที่ต่างประเทศ ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก การขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตยังช่วยลด Fix Cost ของผู้ขายที่ไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่เพื่อขายสินค้าอีกด้วย การดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้เรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Commerce

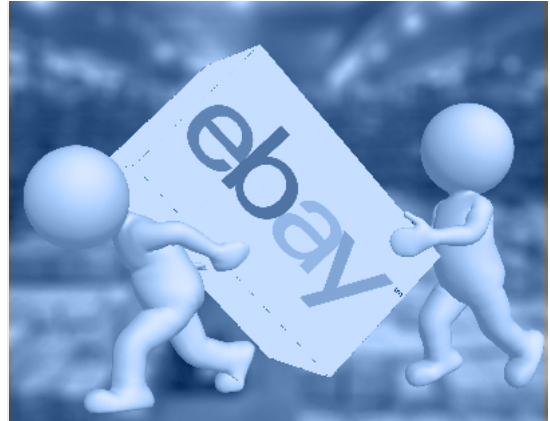




หากกล่าวถึง e-Commerce รายแรก ๆ ในโลก คงไม่มีใครไม่รู้จัก Amazon และ ebay

สำหรับ Amazon นั้นเริ่มต้นจากการเป็นเว็บไซต์ขายหนังสือออนไลน์ในปี 1995 โดยในปีแรกๆ มีรายได้ 164 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากผู้ซื้อใน 150 ประเทศ ปัจจุบัน Amazon ไม่ได้จำกัดการขายหนังสือเพียงอย่างเดียว แต่ Amazon กลายเป็นเว็บไซต์ค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในโลก ด้วยยอดขาย 43.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปลายปี 2019

สินค้าที่มีการโพสต์ขายมากที่สุดคือโทรศัพท์มือถือ สินค้าตกแต่งภายใน และเสื้อผ้า Amazon มีรูปแบบการขายแบบ Professional Seller หรือ Individual Sellers สำหรับผู้ขายที่สามารถเลือกลงทะเบียนได้ โดยแบบ Professional Sellers จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมรายเดือน 39.99 ดอลลาร์สหรัฐฯ และค่าธรรมเนียมอื่นๆ เมื่อขายได้ ขณะที่แบบ Individual Sellers จะไม่มีค่าธรรมเนียมรายเดือน แต่ลงสินค้าได้ไม่เกิน 40 รายการต่อเดือน ซึ่งเหมาะกับรายย่อย จะต้องเสีย 0.99 ดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อขายได้ต่อ 1 หน่วย รวมถึงต้องจ่ายค่าธรรมเนียมอื่นด้วย



ส่วน ebay นั้นเปิดตัวในปี 1995 เช่นเดียวกับ Amazon แต่มุ่งเน้นไปเป็นศูนย์กลางในการประมูลซื้อขายสินค้าระหว่างบุคคล ในช่วงแรกสินค้าในเว็บไซต์เป็นการนำของเก่าหรือของมือสองมาประมูล มีรายงานยอดขาย 19.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2001 และมียอดขาย 22.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปลายปี 2019 สินค้าที่นิยมโพสต์ขายบน ebay มากที่สุดคืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเสื้อผ้า รายได้ของ ebay เกิดจาก Listing Fee, Final Value Fee

โมเดลของเว็บไซต์ e-Commerce ที่เริ่มมาจากสองเว็บไซต์ คือ Amazon และ ebay

โมเดลของเว็บไซต์ e-Commerce ที่เริ่มมาจากสองเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นเพียงส่วนต่อยอดของการค้าปลีกของบริษัทห้างร้านที่ทำให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้นโดยไม่ต้องเดินทางไปซื้อเอง เป็นโมเดลแบบที่โลกทุนนิยมใช้กัน ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการขายสินค้าทั่วโลกในปัจจุบัน



Alibaba



แต่ Alibaba นั้นต่างออกไป Alibaba เป็น e-Commerce แพลตฟอร์ม แบบ B2B เว็บไซต์ค้าส่ง สัญชาติจีนที่ใหญ่ที่สุดในโลกปัจจุบัน ก่อตั้งโดย แจ็ค หม่า ประเทศจีนเป็นทุนนิยม ซึ่งแต่เดิมนั้น จะไม่มีระบบค้าปลีก แต่มีเพียงการค้าส่งเท่านั้น เนื่องจากนิสัยของคนจีนที่ชอบซื้อสินค้าไปกักตุนไว้ เป็นจำนวนมาก ซึ่งแตกต่างจากโลกตะวันตก ที่ซื้อสินค้าตามความจำเป็นเท่านั้น

รายได้หลักของ Alibaba มาจากธุรกิจค้าปลีก ซึ่งรายได้เติบโตร้อยละ 47

สมัยที่แจ็ค หม่าทำ Alibaba ใหม่ ๆ นั้นประสบกับ ปัญหาในการตลาดจีน เนื่องจากว่าสมัยนั้นอินเทอร์เน็ต ยังไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควร รวมถึงคนจีนยังไม่ค่อยใช้ บัตรเครดิต แต่บริษัทก็ทำงานหนักจนทำให้ Alibaba เข้าตลาดหุ้นได้ในปี 2543 หลังจากนั้นเว็บไซต์ Alibaba.com ก็ถือกำเนิดขึ้น โดยเริ่มจากการขายสินค้าเงินแบบค้าส่ง ก่อนที่จะขยายไปเปิดเว็บไซต์ Taobao.com และ T.mall Taobao เป็นโมเดลแบบเดียวกับ Amazon และ ebay ที่ทำการขายสินค้าแบบค้าปลีก ซึ่งช่วยให้ร้านขายของโซ่ช่วยสามารถขายสินค้าได้สะดวก สบายขึ้น

กลุ่มบริษัทในเครือ Alibaba



ส่วน Tmall เป็นเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ที่มีการใช้หน้าเว็บร่วมกับ Taobao ซึ่ง Taobao จะแบ่งร้านค้าออกเป็น 2 แบบคือ ร้านค้าทั่วไปและร้าน Tmall ร้านค้าทั่วไปนั้นเปิดโอกาสให้บุคคลธรรมดาสามารถนำสินค้ามาฝากขายได้ แต่ Tmall นั้นต้องเป็นส่วนของร้านค้าที่มีการจดทะเบียนบริษัทแล้วเท่านั้นถึงจะสามารถขายของบนเว็บไซต์ได้

รายได้หลักของ Alibaba มาจากธุรกิจค้าปลีก ซึ่งรายได้เติบโตร้อยละ 47 ส่วนธุรกิจใหม่อย่างบริการคลาวด์ รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 103 มีลูกค้า 874,000 คน และกลุ่มสื่อบันเทิงดิจิทัลรายได้เพิ่มร้อยละ 234 อย่างไรก็ตามทั้งสองส่วนธุรกิจนี้ยังคงขาดทุน

ปัจจุบัน Alibaba มีผู้ใช้งานผ่านมือถือถึง 507 ล้านคน (ไตรมาสก่อนหน้า 493 ล้านคน) และการซื้อขายถึงร้อยละ 79 ของยอดซื้อสุทธิเกิดขึ้นบนมือถือ ทั้งนี้ Alibaba ยังช่วยผู้ประกอบการโดยการปล่อยสินเชื่อให้ SMEs โดยใช้ระบบเครดิตจากข้อมูลการทำธุรกรรม การค้าขายผ่านเว็บไซต์ของ Alibaba เช่น การตรงต่อเวลาในการชำระเงิน ลักษณะประเภทของสินค้าที่ซื้อ และขาย มูลค่าการค้าขายของ SMEs เป็นต้น

ด้วยนโยบายการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจ China Cross-border E-commerce (CEBC) ของประเทศจีน ซึ่งมีเป้าหมายว่าจะสร้าง Ecosystem ครอบคลุมสำหรับการดำเนินธุรกิจผลิตเพื่อการส่งออกผ่านช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ เพื่อให้เกิดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่ต่ำที่สุด การจัดตั้ง CEBC นั้นเป็นวิธีที่รัฐบาลจีนนำมาใช้ในการส่งเสริมการส่งออกเพื่อแก้ปัญหาอุปทานส่วนเกิน (Excess Surplus) ซึ่งเป็นภาวะที่สินค้ามีปริมาณล้นตลาดแต่ไม่สามารถหาผู้ซื้อได้

หลังจีนประกาศใช้ นโยบาย CEBC พบว่า ปริมาณการซื้อขายของ e-Commerce เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้รัฐบาลจีนได้ประกาศใช้ CEBC เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2559 และได้ทดลองใช้นโยบายนี้ที่เมืองหางโจวซึ่งเป็นศูนย์กลาง e-Commerce ของประเทศจีน เนื่องจากเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ Alibaba

การจัดตั้ง CEBC จะอำนวยความสะดวกให้กับบริษัทในการทำเรื่องขออนุญาตส่งออกสินค้าและติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการได้แบบออนไลน์ มีระบบการปล่อยสินเชื่อให้ SMEs โดยใช้ประโยชน์จากศูนย์ข้อมูลกลางที่รัฐบาลได้จัดทำขึ้นผ่านการทำธุรกิจของบริษัทต่างๆ มาวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือในการปล่อยสินเชื่อ โดยพัฒนาต่อยอดจากตัวอย่างระบบของ Alibaba

ภายหลังจากทดลองใช้นโยบายดังกล่าวพบว่าปริมาณการซื้อขายของ e-Commerce เพิ่มขึ้นจาก

20 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็น 3,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ จากหางโจวโมเดลทำให้รัฐบาลจีนมีแผนว่าจะตั้งเขตการค้าเพิ่มอีก 12 แห่ง ได้แก่ เทียนจิน เซี่ยงไฮ้ ฉงชิ่ง เหอเป่ย์ กวางเจา ฉิงตู ต้าเหลียง หนิงป้อ ชิงเต่า เลิ่นเจิ้น และซูโจว นอกจากนี้บริษัทจีนแล้ว รัฐบาลยังส่งเสริมให้บริษัทต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจใน CEBC ด้วย

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้จีนก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้าน e-Commerce ซึ่งมีมูลค่าซื้อขายในปี 2559 ถึง 672 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และมี Growth Rate ถึงร้อยละ 35 (Business.com) มากกว่าสหรัฐอเมริกา ซึ่งนำโดย Amazon และ ebay ก่อให้เกิดมูลค่าซื้อขาย 340 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ น้อยกว่าจีนถึง 330 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ลำดับที่สามคือสหราชอาณาจักร ที่มี e-Commerce Platform รายใหญ่ อย่างเช่น Amazon UK, Play.com, และ Argos ซึ่งมีมูลค่าซื้อขายต่อปี 99 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ตารางด้านล่างแสดงข้อมูลของ 10 ประเทศที่มีมูลค่าการค้าขายบน e-Commerce แพลตฟอร์ม มากที่สุดในโลก

ประเทศ	มูลค่าการค้าขาย (พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)	% ต่อ GDP	Growth Rate
จีน	672	7.05%	86.1%
สหรัฐอเมริกา	340	3.32%	22.0%
สหราชอาณาจักร	99	6.12%	11.3%
ญี่ปุ่น	79	2.77%	10.1%
เยอรมนี	73	1.97%	29.5%
ฝรั่งเศส	43	2.97%	21.0%
เกาหลีใต้	37	4.70%	11.3%
แคนาดา	30	2.30%	23.6%
รัสเซีย	20	2.59%	51.8%
บราซิล	19	0.77%	22.0%

ที่มา Global B2C e-Commerce Report 2016, ข้อมูลปี 2015

ปี 2558 ภูมิภาคเอเชีย มีมูลค่าการซื้อขายเป็นอันดับ 1 เช่นเดียวกับปี 2557

ภาพรวมของ e-Commerce ในแต่ละภูมิภาค



▶ **ภูมิภาคเอเชีย** ปี 2558 มีมูลค่าการซื้อขายเป็นอันดับ 1 เช่นเดียวกับปี 2557 มีคนประมาณ 1.4 พันล้านคน จาก 7.3 พันล้านคนที่ซื้อของออนไลน์ โดยรวมแล้วมีมูลค่าการซื้อขายถึง 2,272 พันล้านเหรียญสหรัฐ มากกว่าภูมิภาคอเมริกาเหนือ ซึ่งมีมูลค่าซื้อขาย 664 พันล้านเหรียญสหรัฐ และยุโรป ซึ่งมีมูลค่าการซื้อขาย 1,582 พันล้านเหรียญสหรัฐ

▶ **ภูมิภาคละตินอเมริกาและตะวันออกกลางร่วมกับแอฟริกาเหนือ (Middle East and North American: MENA)** เป็นภูมิภาคที่ได้ส่วนแบ่งตลาดน้อยที่สุด ซึ่งมีมูลค่าการค้า 33 พันล้านเหรียญสหรัฐ และ 25.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ

เมื่อทำการวิเคราะห์แยกเป็นรายภูมิภาคแล้วพบว่า ในอเมริกาเหนือมีประชากรทั้งสิ้น 384 ล้านคน ที่มีอายุเกิน 15 ปีขึ้นไป 208 ล้านคน ร้อยละ 43.3 ของการซื้อขายสินค้าออนไลน์เป็นภาคบริการ เช่น บริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ตั๋วเครื่องบิน แพคเกจท่องเที่ยว ประกันภัย และงานอีเวนต์ ต่างๆ เป็นต้น และร้อยละ 56.7 เป็นการซื้อขายสินค้า

ทั้งนี้สินค้าที่นิยมซื้อทั่วไปคือสินค้าในหมวดความบันเทิง (Media and Entertainment) สินค้าอุปโภคและบริโภค เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มูลค่าเฉลี่ยของการซื้อขายต่อครั้งคือ 3,099 เหรียญสหรัฐ องค์กรที่เข้ามาดูแลธุรกิจ e-Commerce ของภูมิภาคนี้ได้แก่ Shop.org (สหรัฐอเมริกา) AMIPA (เม็กซิโก) และ LocalCommerce (แคนาดา)

ละตินอเมริกามีประชากรทั้งสิ้น 394 ล้านคนที่มีอายุมากกว่า 15 ปี ร้อยละ 24 หรือ 94 ล้านคนที่มีการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งร้อยละ 45.4 เป็นการซื้อขายบริการ และร้อยละ 54.6 เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ เสื้อผ้า รวมถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น มูลค่าเฉลี่ยต่อการซื้อขายในแต่ละครั้งเท่ากับ 352 เหรียญสหรัฐ ทั้งนี้ องค์กรที่มีกิจการกำกับดูแลธุรกิจ e-Commerce ได้แก่ CACE (อาร์เจนตินา) ABCOMM (บราซิล) CCS (ชิลี)

ภูมิภาค	มูลค่าซื้อขาย		GDP ณ ราคาตลาด	ส่วนแบ่ง ของตลาด e-Commerce ใน GDP	Growth Rate
	2557	2558			
ทั่วโลก	\$1,895.3 bn	\$2,272.7 bn	\$73,106 bn	3.11%	19.9%
Asia-Pacific	\$822.8 bn	\$1,056.8 bn	\$23,564 bn	4.48%	28.4%
North America	\$572.5 bn	@644 bn	\$20,642 bn	3.12%	12.5%
Europe	\$446 bn	\$505.1 bn	\$19,518 bn	2.59%	13.3%
Latin America	\$25.8 bn	\$33 bn	\$4,295 bn	0.77%	28%
MENA	\$21.7 bn	\$25.8 bn	\$3,606 bn	0.71%	18.6%

ที่มา: Global B2C e-Commerce Report 2016



► **ภูมิภาคยุโรป** มีประชากร 685 ล้านคน ที่มีอายุมากกว่า 15 ปี 296 ล้านคนที่มีการซื้อของออนไลน์ ซึ่งคิดเป็นการซื้อบริการทางอินเทอร์เน็ตร้อยละ 44 ได้แก่ การซื้อประกันสุขภาพ การซื้อแพคเกจท่องเที่ยว งานอีเวนต์ เป็นต้น และร้อยละ 56 เป็นการซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค ได้แก่ เสื้อผ้า สินค้าสำหรับการบริโภคในชีวิตประจำวัน สินค้าสำหรับบ้านและสวน เป็นต้น

สินค้าที่มีแนวโน้มในการซื้อขายออนไลน์เพิ่มขึ้น ได้แก่ สินค้าตกแต่งบ้านและสวน อาหาร อุปกรณ์โทรคมนาคม และอุปกรณ์กีฬาและนันทนาการ เป็นต้น

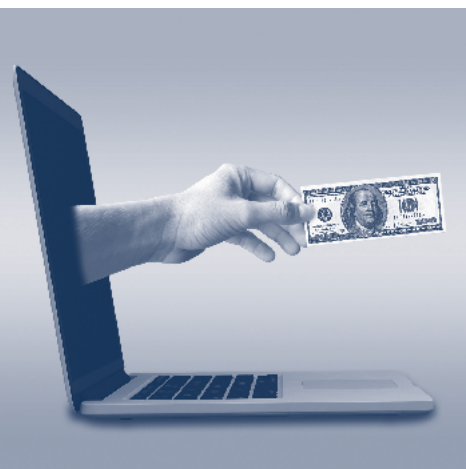
องค์กรที่มีหน้าที่กำกับดูแลธุรกิจ e-Commerce ได้แก่ fevad (ฝรั่งเศส), Handlerbund (เยอรมนี) netcomm (อิตาลี) AKNT (รัสเซีย) adigital (สเปน) imrg (สหราชอาณาจักร)

ทั้งนี้สหราชอาณาจักรมีมูลค่าตลาด e-Commerce มากที่สุด ถึง 174,357 พันล้านเหรียญสหรัฐ ฝรั่งเศสเป็นอันดับ 2 มีมูลค่าตลาด 72,007 พันล้านเหรียญสหรัฐ และลำดับที่ 3 เยอรมนี มีมูลค่าตลาด 66,237 พันล้านเหรียญสหรัฐ

► **ภูมิภาค MENA และแอฟริกา** มีประชากรทั้งสิ้น 389 ล้านคน ที่มีอายุมากกว่า 15 ปี มีประชากรจำนวน 82 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 21 ที่มีการซื้อของออนไลน์ ซึ่งคิดเป็นการซื้อบริการทางอินเทอร์เน็ตและการซื้อสินค้าในสัดส่วนที่เท่ากันคือร้อยละ 50

บริการที่เป็นที่นิยมซื้อคือการซื้อตั๋วเครื่องบินและโรงแรม แพคเกจท่องเที่ยวและบัตรการแสดงต่างๆ สำหรับสินค้าที่เป็นที่นิยมได้แก่ เสื้อผ้า สินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อการสังสรรค์ ของตกแต่งบ้านและสวน เป็นต้น

ค่าใช้จ่ายในการซื้อของโดยเฉลี่ยต่อครั้งเท่ากับ 313 เหรียญสหรัฐ ประเทศที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงสุดได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (6,200 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ซาอุดีอาระเบีย (6,000 พันล้านเหรียญสหรัฐ) อียิปต์ (5,000 พันล้านเหรียญสหรัฐ) อิสราเอล (4,900 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ทั้งนี้องค์กรในการกำกับดูแล e-Commerce ได้แก่ itida (อียิปต์)



► **ภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก** มีประชากรทั้งสิ้น 3,165 ล้านคน ที่มีอายุเกินกว่า 15 ปี แต่มีประชากรเพียง 711 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 22 ที่มีการซื้อของออนไลน์ ร้อยละ 30.6 เป็นสินค้าภาคบริการ ได้แก่ การจองตั๋วเครื่องบิน แพคเกจท่องเที่ยว ประกันภัย เป็นต้น และมีการซื้อสินค้าเพื่ออุปโภคบริโภคคิดเป็นร้อยละ 69.4 ออนไลน์

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อของแต่ละครั้งคือ 1,486 เหรียญสหรัฐ ประเทศที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงสุด ได้แก่ จีน (766,496 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ญี่ปุ่น (114,402 พันล้านเหรียญสหรัฐ) สาธารณรัฐเกาหลี (64,767 พันล้านเหรียญสหรัฐ) อินเดีย (25,455 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ออสเตรเลีย (22,225 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ทั้งนี้องค์กรในการกำกับดูแลได้แก่ nora (ออสเตรเลีย) SCEA (จีน) Beca (จีน) ECAI (อินเดีย)



มาเลเซียและไทย เป็นตลาด e-Commerce ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน



▶ **ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้** เป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตของตลาด e-Commerce ไม่ถึงร้อยละ 1 ของการซื้อขายออนไลน์ของทั่วโลก ในปี 2558 มีการซื้อขายประมาณ 11 พันล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งนี้มีการประมาณการว่าจะมีมูลค่ามากกว่าสหรัฐอเมริกาซึ่งมีมูลค่าการขาย 25 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2563

มาเลเซียและไทยเป็นตลาด e-Commerce ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียนในปี 2558 มีมูลค่าการซื้อขายประมาณ 2.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ และ 2.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ ทั้งนี้อาเซียนมีประชากรประมาณ 620 ล้านคน และมีผู้ใช้สมาร์ทโฟนประมาณ 250 ล้านคน

แต่ปัญหาและอุปสรรคในการทำ e-Commerce ในอาเซียนคือมีผู้ใช้บัตรเครดิตน้อยกว่าร้อยละ 7 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในภูมิภาค (ยกเว้นสิงคโปร์และมาเลเซีย) อีกทั้งการขนส่งสินค้าก็ยังเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ซึ่งมีภูมิประเทศเป็นเกาะ อย่างไรก็ตาม การขนส่งโดย aCommerce และ SingPost ซึ่งเป็นบริษัทขนส่งในท้องถิ่นจะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้ธุรกิจ e-Commerce ในภูมิภาคได้

ASEAN ได้ออกประกาศ THE ASEAN ICT MASTER PLAN ในปี 2558 ซึ่งมีกฎหมายทั้งหมด 29 มาตรา และ 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ Economic Transformation, People Empowerment and Engagement, Innovation, Infrastructure Development, Human Capital และ Bridging the Digital Divide

ทั้งนี้จากการวิจัยในเดือนธันวาคม ปี 2556 พบว่า 2 ใน 3 ของกฎหมายได้ดำเนินการสำเร็จแล้ว เช่น การประชุม ASEAN CIO Forum ในปี 2555 และการพัฒนาโปรแกรมการฝึกสอนผู้สูงอายุและผู้พิการด้านทักษะการใช้เทคโนโลยี

ในเรื่องของการพัฒนาสาธารณูปโภคนั้นพบว่า แต่ละประเทศมีการพัฒนาสาธารณูปโภคของตนเอง เช่น ประเทศอินโดนีเซียมีการลงทุนเพื่อเชื่อมต่อหุ้มเกาะตะวันออกกับเครือข่ายของประเทศ และมีการวางแผนที่จะพัฒนา Fiber-Optic ทั่วประเทศอีกด้วย ส่วนประเทศไทยมีการพัฒนาสัญญาณโทรศัพท์จาก 3G เป็น 4G

จากผลการสำรวจของ BAIN & COMPANY ในปี 2558 พบว่าสินค้าที่นำมาขายบนแพลตฟอร์ม ได้แก่ เสื้อผ้าและรองเท้า ร้อยละ 24 ร้อยละ 18 สินค้า/บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เครื่องสำอาง เป็นต้น ลูกค้าเป้าหมายได้แก่ ผู้หญิงวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป ลูกค้าจำนวน 18 ล้านคนอยู่ในเมืองใหญ่ (Tier-I City) และมี 13 ล้านคนอาศัยอยู่ในเมืองรอบนอก และแพลตฟอร์มที่เป็นของคนในประเทศจะได้รับความนิยมมากกว่าแพลตฟอร์มที่มาจากต่างประเทศ

จากการวิเคราะห์ NET PROMOTER SCORE (NPS) พบว่า Mudah ซึ่งเป็น Marketplace ที่ใหญ่เป็นอันดับหนึ่งในมาเลเซีย ได้รับความนิยมเป็นคะแนนถึง 12 จาก 30 คะแนน แต่ ebay ได้รับความนิยม -7 สำหรับประเทศอินโดนีเซีย Tokopedia ได้คะแนน 7 แต่ Amazon ได้คะแนน -24

ส่วนประเทศไทย Marketplace ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ Lazada ซึ่งได้คะแนน 22 ส่วน Amazon ได้คะแนน -2



กฎหมาย เชื้อไข และข้อตกลง ในการประกอบธุรกิจ e-Commerce

กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction Legislation) ถูกตราขึ้นในหลายประเทศเพื่อกำกับดูแลและส่งเสริมธุรกิจ e-Commerce โดยมีกฎหมายแม่แบบว่าด้วยการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ค.ศ. 1996 (UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce) และกฎหมายแม่แบบว่าด้วยลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ค.ศ. 2001 (UNCITRAL Model Law on Electronic Signature 2001) เป็นต้นแบบในการจัดทำพระราชบัญญัติดังกล่าว

ทั้งนี้คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศได้มีกฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศ (UNCITRAL) ได้มีการประกาศใช้อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการใช้การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ในสัญญาระหว่างประเทศ ค.ศ. 2005 ซึ่งมีประเทศต่างๆ ใน OECD เข้าร่วมลงนาม 18 ประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำหลักการของอนุสัญญา อันมีลักษณะที่เป็นมาตรฐานดังกล่าวมาบังคับใช้ได้

ในสหรัฐอเมริกา การประกอบธุรกิจ e-Commerce อยู่ภายใต้การดูแลของ Federal Trade Commission (FTC) หน่วยงานหลักที่บริหารควบคุมกิจกรรมต่างๆ ในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องอีเมลที่เป็นด้านการค้า การโฆษณาทางออนไลน์ และความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค และหน่วยงาน Payment Card Industry (PCI) Security Standards Council บริหารควบคุมกฎระเบียบการเก็บข้อมูลด้านการเงินของลูกค้า



นอกจากนี้สหรัฐฯ ยังรับแนวทางปฏิบัติสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศสมาชิก OECD มากกระตุ้นให้ภาคธุรกิจสหรัฐฯ ปฏิบัติตามด้วยเช่นกัน ทั้งนี้สหรัฐฯ ยังได้บังคับใช้พระราชบัญญัติ CAN-SPAM Act ครอบคลุมการสื่อข้อความทุกชนิดที่เป็นด้านการค้าที่กฎหมายระบุว่าเป็นการสื่อข้อความทางอิเล็กทรอนิกส์เมลที่มีเป้าหมายหลักเพื่อการโฆษณาหรือการส่งเสริมสินค้าหรือบริการ กฎหมายครอบคลุมถึงอีเมลที่โฆษณาส่งเสริมสินค้าบนเว็บไซต์และอีเมลจากธุรกิจถึงธุรกิจที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย CAN-SPAM Act รวมถึงการส่งข้อความถึงอดีตลูกค้าเพื่อแจ้งให้ทราบถึงสินค้าตัวใหม่ การฝ่าฝืนกฎหมายอาจจะถูกลงโทษปรับไม่เกิน 16,000 เหรียญสหรัฐฯ ด้วย (ที่มา สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส)

ในกลุ่มสหภาพยุโรปหรือ EU ได้ออกกฎหมาย Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002 ซึ่งปรับปรุงมาจาก EU's Electronics Commerce Directive ปี 2000 ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ OECD โดยที่ประเทศในกลุ่ม EU จะถือเอาที่อยู่ของลูกค้า (Place of the Customer) เป็นสถานที่ในการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยมีข้อยกเว้นสำหรับการให้บริการบางอย่างตามกฎหมายของ EU ในการนี้ได้มีประกาศออกมาเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2558 โดยแบ่งการเก็บภาษีเป็น 3 แนวทางดังนี้

- 1) กรณีที่บริษัท EU ขายสินค้าให้กับ EU B2C จะเก็บภาษีมูลค่าตามอัตราในประเทศที่อยู่ของลูกค้า
 - 2) กรณีที่บริษัท Non-EU ขายสินค้าให้กับ EU B2C จะเก็บภาษีมูลค่าตามอัตราในประเทศที่อยู่ของลูกค้า
 - 3) บริษัทใดก็ตามที่ขายสินค้าให้กับ Non-EU B2C จะไม่มี EU VAT แต่จะต้องเสียภาษีตามที่อยู่ของลูกค้า
- ตารางด้านล่างแสดงให้เห็นถึงอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มของชาติสมาชิกใน EU รวมถึงสหราชอาณาจักรและรัสเซีย

ประเทศ	เมืองหลวง	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)	สกุลเงิน
ฝรั่งเศส	ปารีส	20%	Euro (EUR)
เยอรมนี	เบอร์ลิน	19%	Euro (EUR)
อิตาลี	โรม	22%	Euro (EUR)
รัสเซีย	มอสโก	18%	RUBie (RUB)
สเปน	มาดริด	21%	Euro (EUR)
สหราชอาณาจักร	ลอนดอน	20%	Pound (GBP)

อย่างไรก็ตามมีบางประเทศที่มีข้อกำหนดที่แตกต่างออกไป เช่น การประกอบธุรกิจ e-Commerce อยู่ภายใต้ VAT on e-Service หรือ VOE ซึ่งมีการกำหนดการซื้อขายขั้นต่ำอยู่ที่ 50,000 NOK (ประมาณ 5.8 ยูโร หรือ 6.6 เหรียญสหรัฐฯ) ส่วนการประกอบธุรกิจ e-Commerce ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์นั้นอยู่ภายใต้ The Swiss Federal Tax Authority (FTA) ซึ่งมีขั้นต่ำในการซื้อขายอยู่ที่ 100,000 CHF และต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 8 แต่ทั้งนี้ ตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 จะมีการเปลี่ยนแปลงอัตราขั้นต่ำในการซื้อขายสินค้าต่อไป

ใน**ประเทศออสเตรเลีย**นั้นอนุญาตให้บริษัทต่างชาติถือหุ้นได้ร้อยละ 100 แต่จะต้องจ่ายภาษีสินค้าและบริการ (Services and Goods Tax: GST) ร้อยละ 10 โดยเริ่มเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2560 ที่ผ่านมา ในการขายสินค้าแต่ละครั้งจะต้องมีการรวม GST ลงในราคาสินค้าที่จะขายด้วยแล้ว อีกทั้งยังต้องมีการเคลมเครดิตสำหรับ GST ที่รวมอยู่ในราคาของสินค้าที่ซื้อสำหรับธุรกิจ

แต่การเสียภาษี GST นั้นบังคับใช้สำหรับธุรกิจที่มีรายได้ต่อปีเท่ากับ 75,000 เหรียญสหรัฐฯ หรือมากกว่า รวมถึงการให้บริการการเดินทางด้วยแท็กซี่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจซึ่งจะต้องคิดค่าบริการที่รวม GST ด้วย ทั้งนี้สินค้าและบริการที่ปลอด GST ได้แก่ อาหาร หลักสูตรการศึกษา บริการด้านการแพทย์ ยา สินค้าที่ผลิตเพื่อการส่งออก กิจกรรมการกุศล เป็นต้น



สำหรับ**ประเทศจีน**นั้นรัฐบาลได้มีประกาศให้ปรับลดเงื่อนไขขั้นต่ำสำหรับการเข้าสู่ตลาด e-Commerce โดยหน่วยงานควบคุมทบทวนกระบวนการอนุมัติการเข้าสู่ธุรกิจ e-Commerce ของบริษัทต่างๆ และยกเลิกกระบวนการอนุมัติที่ไม่มีกฎหมายรองรับ

นอกจากนี้หน่วยงานควรยกเลิกการกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติในบริษัท e-Commerce ที่เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างจีนกับต่างชาติ อีกทั้งมีการปรับลดภาษีตามแนวทางที่เหมาะสมและช่วยให้บริษัท e-Commerce สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนผ่านช่องทางที่หลากหลาย หน่วยงานระดับมณฑล การส่งเสริมการจ้างงานโดยเพิ่มทุนการพัฒนา e-Commerce โดยแรงงานในอุตสาหกรรมดังกล่าวจะได้รับนโยบายสนับสนุน และบริษัทออนไลน์ที่จดทะเบียนโดยการใช้ข้อมูลที่เป็นความจริงพร้อมกับมีผลกำไรและชื่อเสียงดีจะได้รับประโยชน์จากนโยบายส่งเสริมด้านการเงิน เช่น ระบบไมโครเครดิต (เงินกู้วงเงินมูลค่าน้อย)

ประเทศญี่ปุ่นได้ระบุไว้ว่าต้องมีการเสียภาษี Consumption Tax หรือภาษีเพื่อการบริโภค ในอัตราร้อยละ 10 โดยเริ่มประกาศใช้เมื่อเดือนเมษายน 2560 ในทุก Transaction ที่เกิดขึ้นในการขายสินค้าและบริการแบบ B2C ของบริษัทต่างชาติต่อลูกค้าญี่ปุ่นในทุกครั้ง ซึ่งบริษัทต่างชาติต้องมีการจดทะเบียนบริษัทในญี่ปุ่น และต้องมีการเสียภาษีด้วยแต่สำหรับการซื้อขายแบบ B2B นั้นจะได้รับ Reverse Charge เช่นเดียวกับประเทศอื่น โดยผู้ซื้อจะต้องเป็นผู้เสียภาษีเอง



ประเทศเกาหลีใต้ ให้ความสำคัญในอัตราร้อยละ 10 และเช่นเดียวกับการประกอบธุรกิจ ใน EU ที่ไม่กำหนดต่ออัตราการซื้อขายขั้นต่ำ ทั้งนี้บริษัทที่จะประกอบธุรกิจ e-Commerce จะต้องลงทะเบียนเป็น Simplified Business Operator ในเกาหลีใต้ เพื่อที่จะได้คืนภาษีผ่านทาง HomeTax ซึ่งเป็นบริการที่ผู้เสียภาษีสามารถดำเนินงานด้านภาษีได้ด้วยตัวเอง จากที่บ้านหรือที่ทำงานโดยไม่ต้องไปที่สำนักงานสรรพากร

ใน**ประเทศอินเดีย**นั้น การทำธุรกิจ e-Commerce อยู่ภายใต้ Department of Industrial Policy and Promotion หรือ DIPP ซึ่งได้ออกประกาศให้ชาวต่างชาติสามารถลงทุนโดยถือหุ้นบริษัทค้าส่งออนไลน์ ทั้งแบบ B2B และ B2C และอนุญาตให้เจ้าของ Marketplace ให้บริการ คลังสินค้า การขนส่ง การจัดการคำสั่งซื้อ Call Center และการเก็บข้อมูลการชำระสินค้า แต่ไม่อนุญาตให้ขายสินค้าของตัวเองได้

Israeli Tax Authority (ITA) ของ**ประเทศอิสราเอล** ได้มีประกาศเมื่อเดือนเมษายน 2559 ว่าบริษัทต่างชาติที่มีความต้องการจะจำหน่ายสินค้าออนไลน์

นั้นจะต้องลงทะเบียนเป็นบริษัทอิสราเอล เพื่อเสียภาษีจากการจำหน่ายสินค้าของตนให้แก่คนอิสราเอล ในอัตราร้อยละ 17 ของรายได้ที่ได้จากการประกอบกิจการในอิสราเอล ทั้งนี้ ITA ยังมีการประกาศ No-Free Shipping แก่สินค้าที่นำมาขายในอิสราเอล

ใน**อาเซียน**กฎหมายว่าด้วยอาชญากรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Cyber Security) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) ระเบียบว่าด้วยการจด Domain Name ต้องไม่ไปละเมิดสิทธิของผู้อื่นโดยไม่สุจริต เช่น การใช้ชื่อของบุคคลผู้มีชื่อเสียง การใช้ชื่อทางการค้าของบริษัทอื่น เป็นต้น และนโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy) ซึ่งในอาเซียนมีเพียง 3 ประเทศเท่านั้นที่บังคับใช้กฎหมายนี้ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และมาเลเซีย (ประเทศไทยอยู่ระหว่างการศึกษา)

จากข้อมูลของ UNCTAD กล่าวว่าภูมิภาคอาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีการก่ออาชญากรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์และประเทศไทย ASEAN จึงได้บังคับใช้กฎหมายป้องกันอาชญากรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ขึ้น โดยปัจจุบันได้มี 8 ประเทศที่บังคับใช้กฎหมายนี้ สำหรับกฎหมายอื่นสามารถสรุปได้ตามตารางด้านล่าง

สถานะของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ e-Commerce ในอาเซียน

ประเทศ	Electronics Transaction	Privacy	Cyber Crime	Consumer Protection	Content Regulation	Domain Names
อินโดนีเซีย	✓	-	✓	-	✓	✓
มาเลเซีย	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ฟิลิปปินส์	✓	✓	✓	✓	✗	✓
สิงคโปร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไทย	✓	-	✓	✓	-	-
เวียดนาม	✓	-	✓	✓	✓	✓
บรูไน ดาลุซซาราม	✓	✗	✓	-	✓	✓
กัมพูชา	-	✗	-	✗	-	-
สปป. ลาว	✓	✗	✗	-	✓	-
เมียนมา	✓	✗	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: ✓ มีการปฏิบัติแล้ว, - อยู่ระหว่างการพิจารณา, ✗ ไม่ปรากฏ
ที่มา UNCTAD; A.T.Kearney analysis



e-Commerce ในประเทศไทย

การส่งเสริมประเภทกิจการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ที่ได้รับการส่งเสริมฯ จะไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี แต่สามารถนำช่างฝีมือและ ผู้ชำนาญการเข้ามาทำงาน ในกิจการได้

สำหรับประเทศไทย หน่วยงานที่กำกับดูแลและรับผิดชอบกิจการ e-Commerce ได้แก่ คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งชาติ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรงได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือ บีโอไอ ได้มีนโยบายให้การส่งเสริมฯ ประเภทกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน โดยผู้ที่ได้รับการส่งเสริมฯ จะไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี แต่สามารถนำช่างฝีมือและผู้ชำนาญการเข้ามาทำงานในกิจการได้ มีการอนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน อนุญาตให้ส่งออกซึ่งเงินตราต่างประเทศ และบริษัทต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของกิจการ (ถือหุ้นได้ 100%) โดยในปี 2559 มีผู้ที่ได้รับการส่งเสริมฯ จำนวน 24 โครงการ



เงินลงทุนประมาณ 262.3 ล้านบาท มีการจ้างงานคนไทย รวมทั้งสิ้น 519 คน

ในปี 2560 รัฐบาลไทยได้ประกาศนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เป็นพื้นที่นำร่องการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศ โดยมีเป้าหมายให้เป็นเขตเศรษฐกิจที่ดีที่สุดและทันสมัยที่สุดในภูมิภาค เขตเศรษฐกิจพิเศษฯ ครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัดอุตสาหกรรมในภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา

ซึ่งรัฐบาลจะทำการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การขนส่ง การสร้างท่าเรือน้ำลึก และการสร้างสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา บีโอไอได้ออกมาตรการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นสูง โดยได้สนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเทคโนโลยีในอนาคต (New Growth Engine) ซึ่งผู้ประกอบการที่ลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษฯ จะได้รับสิทธิและประโยชน์ดังนี้



สิทธิและประโยชน์ กิจการ e-Commerce

เงื่อนไข

- ต้องมีเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนอย่างน้อย 1,000,000 บาท
- อนุญาตให้ทำเป็น Marketplace เท่านั้น
- ไม่อนุญาตให้มีการส่งของ
- ไม่อนุญาตให้มีการสต็อกสินค้า

สิทธิและประโยชน์

- ต่างชาติถือหุ้นได้ 100%
- สามารถนำช่างฝีมือและผู้ชำนาญการเข้ามาทำงานในกิจการได้
- อนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน
- อนุญาตให้ส่งออกซึ่งเงินตราต่างประเทศ

สิทธิและประโยชน์ กิจการ e-Commerce ในพื้นที่ EEC (จังหวัดชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา)




1. ▶ เพิ่มสิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล ร้อยละ 50 เป็นระยะเวลาอีก 5 ปี จากสิทธิประโยชน์เดิมของบีโอไอ

2. ▶ ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะ 15 ปี สำหรับโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ EEC (ตามกฎหมายว่าด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศสำหรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย) นอกจากนี้ ยังได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมจาก กระทรวงการคลังซึ่งได้เพิ่มสิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสูงสุดถึงร้อยละ 17 สำหรับผู้บริหาร นักลงทุน ผู้เชี่ยวชาญ ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย หรือการเป็นสำนักงานใหญ่ เขตภูมิภาค และการลงทุนระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ยุทธศาสตร์ EEC อีกด้วย

นอกจากนี้รัฐบาลไทยมีการร่วมลงนามกับอาดิบากรูป เพื่อที่จะพัฒนา e-Commerce Park ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษฯ โดยมีความตั้งใจที่จะพัฒนาให้เป็นประตูเศรษฐกิจและโลจิสติกส์ที่เปิดสู่ตลาดนานาชาติประเทศ ทั้งยังอำนวยความสะดวกในการเชื่อมต่อด้านการขนส่งโดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม



โครงการนี้จะนำไปสู่การพัฒนาระบบนิเวศ e-Commerce หรือ ecosystem ในไทยเป็นจุดนัดพบของเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมหรือ SMEs ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ และพันธมิตรทางโลจิสติกส์ นอกจากนี้ e-Commerce Park จะเป็นศูนย์รวมที่นำโครงสร้างทางโลจิสติกส์และเทคโนโลยีขั้นสูงมาไว้ในที่เดียวกันในเขต EEC เพื่อให้บริการอย่างครบวงจร โดยมีการประมาณการเงินลงทุนว่าจะสูงถึง 5,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และสามารถเปิดให้บริการได้ภายในปี 2562 

กิจการบริษัทการค้า ระหว่างประเทศ (ITC)

ส่งเสริมไทยสู่การเป็น Trading Nation

ตลอดระยะเวลา 50 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทย มีนโยบายการส่งเสริมการลงทุน เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของภูมิภาคและของโลก สินค้าหลัก ๆ ที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตและส่งออกในประเทศไทย ประกอบด้วยเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม การพัฒนาที่มุ่งเน้นส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยเป็นเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคการค้าระหว่างประเทศสูง สะท้อนให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยพึ่งพาเศรษฐกิจโลกสูงมาก

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น แม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก แต่หากมองลงไป จะพบว่ามูลค่าสำคัญ

จะอยู่ในส่วนของกิจกรรมก่อนการผลิต ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา การออกแบบ การจัดหาวัตถุดิบ กิจกรรมการผลิตและการประกอบ และกิจกรรมหลังการผลิต ประกอบด้วย การจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า การตลาด และการสร้างแบรนด์สินค้า การจัดการลูกค้า และการบริการหลังการขาย

ซึ่งในส่วนของกิจกรรมที่ประเทศไทยมีคือ **“กิจกรรมการผลิตและประกอบ”** ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำที่สุด ส่วนกิจกรรมอื่นที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ส่วนใหญ่เป็นของต่างชาติหรือเกิดขึ้นนอกประเทศไทย ทั้งนี้เห็นได้ชัดในกรณีของอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งไทยเป็นฐานการผลิต โดยมีผู้ประกอบการไทยอยู่ในฐานะผู้รับจ้างผลิต



Trading Nation คือ อะไร

นายคงฤทธิ จันทริก ผู้อำนวยการบริหาร
 สภาผู้ส่งออก ได้ให้คำนิยาม
 Trading Nation ว่า หมายถึง
 การเป็นประเทศแห่งการค้า
 ทั้งในภูมิภาคและระดับโลก
 โดยมีนโยบายทำการค้าระหว่างประเทศ
 ซึ่งมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการค้า
 ตามความเชี่ยวชาญและความสามารถ
 ของประเทศ ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมาย คือ
 ตลาดโลก และประเทศที่ยังมีความ
 สามารถในการจัดหาทรัพยากรจากทั่วโลก



**ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีส่วนสำคัญ
 ที่ผลักดันให้ประเทศไทยก้าวไปเป็น
 Trading Nation เพราะการค้าขายกับ
 ประเทศเพื่อนบ้านมีแนวโน้ม
 เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง**



ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สิ่งสำคัญ คือ การขยายตลาดและมีฐานการผลิตเดียวกันกับประเทศในแถบอาเซียน ผู้ประกอบการไทยสามารถแสวงหาปัจจัยการผลิต ที่ต้นทุนถูกกว่ามาใช้ในการผลิต เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคา เพื่อส่งขายตลาดภายนอก รวมทั้งผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าถึงตลาดใหม่ในภูมิภาคได้ง่ายและสะดวกขึ้น ภายใต้การลดภาษีและ การอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่างๆ และการพัฒนาระบบความเชื่อมโยงในภูมิภาคทั้งด้านกายภาพและกฎระเบียบ รวมทั้งความเชื่อมโยงที่มากขึ้นระหว่างคนในภูมิภาคในรูปแบบต่างๆ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ประเทศไทยก้าวไปเป็น Trading Nation เพราะการค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้านมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในรูปแบบของการค้าชายแดนและการค้าข้ามแดน รวมทั้งผู้ประกอบการไทยได้เข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง อีกทั้งสินค้าจากประเทศไทยยังได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในเกณฑ์ที่ดี โดยเฉพาะในเมียนมา สปป.ลาว กัมพูชา และเวียดนาม

ดังนั้นการที่ประเทศไทยจะก้าวขึ้นมาเป็น Trading Nation ต้องสนับสนุนให้คนไทยแสวงหาประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าให้มากขึ้น สนับสนุนและพัฒนาผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ก้าวสู่การเป็นผู้ส่งออกและเป็นนักลงทุนระหว่างประเทศ ทั้งนี้การจะผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Trading Nation ได้นั้น จะต้องมี การสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน



ภาครัฐกับการสนับสนุน ITC



ในส่วนของภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริมในกิจการบริษัทการค้าระหว่างประเทศ (International Trading Centers : ITC) โดยอาศัยความร่วมมือจากหลายหน่วยงานในภาครัฐ อาทิ **สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือบีโอไอ กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และธนาคารแห่งประเทศไทย** เพื่อจูงใจให้บริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศมาลงทุนในประเทศไทย

มาตรการดังกล่าวได้รับความสนใจจากหลายบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างมาก ปัจจุบันบีโอไอได้อนุมัติให้การส่งเสริมในกิจการบริษัทการค้าระหว่างประเทศ (ITC) ไปแล้วหลายราย นับได้ว่ามีผลตอบรับในทิศทางที่ดีต่อการลงทุนภายในประเทศ โดยมีรายละเอียด เงื่อนไข และสิทธิประโยชน์ สำหรับบริษัทที่จะขอรับการส่งเสริมฯ ในกิจการบริษัทการค้าระหว่างประเทศ (ITC) ดังนี้



บริษัทการค้าระหว่างประเทศ (ITC)

บริษัทการค้าระหว่างประเทศ (ITC)

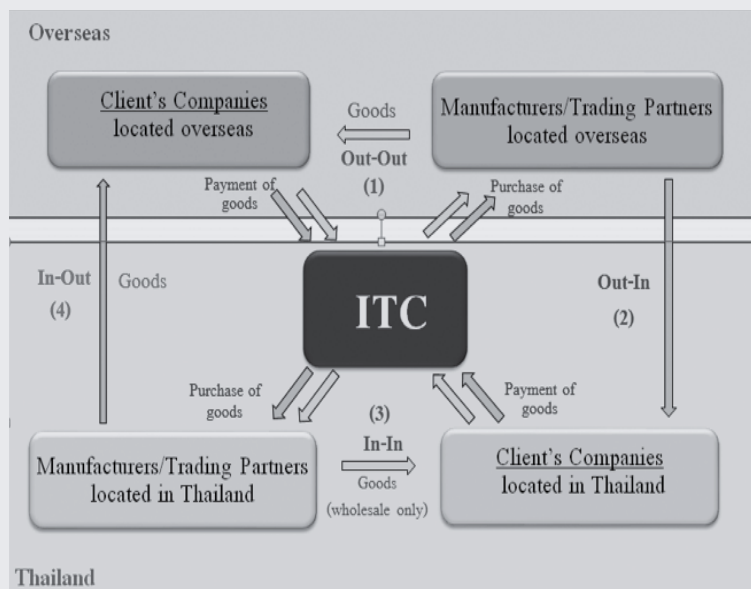
หมายถึง บริษัทที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย เพื่อประกอบกิจการจัดซื้อและขายสินค้า วัตถุดิบ และชิ้นส่วน หรือการให้บริการเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ แก่นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นในต่างประเทศ โดยมีรูปแบบการจัดซื้อและขายสินค้า

โดยทำที่สุดแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าในรูปแบบใด ก็จะส่งผลให้ค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GROSS DOMESTIC PRODUCT: GDP) เพิ่มขึ้น สะท้อนถึงมาตรฐานการครองชีพของประชากรในประเทศนั้น

มีรายละเอียดดังนี้

ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าในรูปแบบใด ก็จะส่งผลให้ ค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เพิ่มสูงขึ้น

มีรายละเอียดดังนี้



หมายเหตุ การค้าส่ง หมายถึง การจำหน่ายสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่าย หรือโรงงานที่นำสินค้าไปผลิตและขายต่อ



จากรูปแบบการซื้อขายสินค้าจะพบว่ามีความยืดหยุ่นและคล่องตัวต่อการดำเนินธุรกิจหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการประหยัดเวลาในการขนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้ที่ต้องการสินค้าในกรณีที่เป็นรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1) OUT - OUT คือ การซื้อสินค้าจากต่างประเทศ และสั่งให้ส่งสินค้าตรงไปยังผู้ที่ต้องการสินค้าในต่างประเทศได้เลย โดยไม่ต้องนำสินค้าเข้ามาในประเทศไทย ทั้งนี้ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายสำหรับการขนย้ายสินค้าอีกด้วย โดยมีเงื่อนไขในการขอรับการส่งเสริมฯ และสิทธิประโยชน์จากบีโอไอ

2) OUT - IN คือ การซื้อสินค้าจากต่างประเทศ และนำเข้ามาค้าส่งในประเทศ โดยการค้าในรูปแบบนี้ จะเป็นการช่วยผู้ผลิตสินค้าหรือตัวแทนจำหน่ายในประเทศจะมีทางเลือกในการเลือกสินค้า หรือวัตถุดิบที่ตรงกับความต้องการ อีกทั้งประหยัดต้นทุนและระยะเวลาของสินค้า เนื่องจากบริษัท ITC จะรับผิดชอบในการจัดหา และกรณีที่มีการซื้อขายสินค้าที่มีจำนวนมาก จะสามารถต่อรองราคาที่ดีได้ ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้ามีราคาถูกลง

3) IN - IN คือ ลักษณะของการซื้อสินค้าจากในประเทศเพื่อค้าส่งให้โรงงานหรือบริษัทที่เป็นตัวแทนที่อยู่ในประเทศไทย โดยการค้าในรูปแบบนี้จะใกล้เคียงกับการค้าแบบ OUT - IN ที่จะช่วยให้ผู้ผลิตสินค้าหรือตัวแทนจำหน่ายสามารถได้สินค้าที่หลากหลายและราคาต่ำ และจะมีข้อดีตรงที่สินค้าจากผู้ผลิตในประเทศสามารถจำหน่ายแก่ลูกค้าได้หลากหลาย ถือเป็นกระจายสินค้าและเพิ่มรายได้แก่ผู้ผลิตในประเทศ ส่งผลให้มีเงินในระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น ไม่ไหลออกนอกประเทศ

4) IN - OUT คือ ลักษณะของการจัดหารวบรวมสินค้าในประเทศไทยเพื่อส่งออกสินค้า รูปแบบการค้าในลักษณะนี้จะเป็นการช่วยให้สินค้าในประเทศสามารถกระจายออกสู่ลูกค้าในต่างประเทศ ส่งผลกระตุ้นด้านมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

● กิจการบริการการค้าระหว่างประเทศ (ITC) ●

เงื่อนไข

- จะต้องมียุทธศาสตร์เขียนที่ชำระแล้วไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท
- มีขนาดการลงทุนใหม่ไม่รวมค่าที่ดินและเงินทุนหมุนเวียนไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท

สิทธิประโยชน์

- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร สำหรับที่ใช้ในโครงการ
- อนุญาตให้ชาวต่างชาติถือหุ้นข้างมากหรือทั้งสินได้
- อนุญาตให้ชาวต่างชาติถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดิน (สำหรับใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมฯ)
- อนุญาตให้นำช่างต่างด้าวเข้ามาทำงาน
- อำนวยความสะดวกด้านวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน สำหรับช่างต่างด้าว

ทั้งนี้บริษัทที่ได้รับการส่งเสริมฯ จากบีโอไอ ยังสามารถยื่นขอรับสิทธิในส่วนของการขอยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล และยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (สำหรับชาวต่างชาติ) ได้ที่กรมสรรพากร โดยสามารถขอยกเว้นได้สูงสุด 15 รอบปีบัญชีอีกด้วย (ในกรณีของการซื้อขายในรูปแบบ OUT - OUT)

จากรายละเอียดข้างต้นจะเห็นได้ว่าประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ Trading Nation ด้วยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการซื้อขายสินค้าขนาดใหญ่เพื่อยกระดับประเทศไทยและรองรับความต้องการจากต่างประเทศทั้งในกลุ่ม AEC และในระดับภูมิภาค โดยมีกิจการบริการการค้าระหว่างประเทศ (ITC) เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อน

ดังนั้นหากท่านสนใจจะขอรับการส่งเสริมฯ ในประเภทกิจการ ITC โปรดติดต่อที่

- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) สำนักบริหารการลงทุน 4 โทรศัพท์ 0 2553 8111
- ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน (OSOS: ONE START ONE STOP SERVICES) อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 18 โทรศัพท์ 0 2209 1100

● สรุปจำนวนโครงการที่ได้รับการส่งเสริมฯ ●

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 – 31 พฤษภาคม 2560

หัวข้อ	ITC
บริษัทที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมฯจากบีโอไอ	485 ราย
บริษัทที่ยื่นขอใช้สิทธิกับทางกรมสรรพากร	21 ราย

จากตารางสรุปจำนวนโครงการที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมฯ จะเห็นได้ว่าบริษัทให้ความสนใจขอรับการส่งเสริมฯ เป็นจำนวนมาก เช่น

- ▶ บริษัท นาชิ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด
- ▶ บริษัท โตชิบาคอนซูมเมอร์โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ▶ บริษัท ชาร์ฟ แอพพลาไยแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ▶ บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส โกลบอล เซอร์วิสเซส จำกัด
- ▶ บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ▶ บริษัท โทเร อินเตอร์เนชั่นแนล เทรดดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น

เนื่องจากมองเห็นความคล่องตัวในการปฏิบัติตามเงื่อนไขและขอบข่ายธุรกิจ รวมถึงเป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่สูง รับรู้รายได้เร็ว ปัจจุบันมีบริษัทที่ยื่นขอรับการส่งเสริมฯ และรอการพิจารณาอนุมัติจากบีโอไออีกกว่า 10 ราย

เอกสารอ้างอิง

1. เว็บไซต์ SMART SME: <https://www.smartsme.th/content/11915>
2. เว็บไซต์ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา: <http://www.itd.or.th/th>
3. เว็บไซต์ ประชาชาติธุรกิจ: http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1415560876



ศูนย์กระจายสินค้า ระหว่างประเทศ

เพื่อให้ประเทศไทยเป็น Trading Nation

เพื่อให้ประเทศไทยเป็น Trading Nation อย่างครบวงจร สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือบีโอไอ ได้ให้การส่งเสริมการลงทุนในกิจการศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศด้วยระบบที่ทันสมัย (International Distribution Center: IDC) โดยมีเงื่อนไข ต้องมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท และต้องมีเงินลงทุนในสินทรัพย์ที่ไม่รวมค่าที่ดิน และทุนหมุนเวียน ไม่น้อยกว่า 100 ล้านบาท โดยผู้ประกอบการต้องจัดให้มีสถานที่จัดเก็บสินค้า รวมถึงอุปกรณ์จัดเก็บและขนถ่ายที่ทันสมัย ที่สำคัญคือต้องมีระบบควบคุมบริหารจัดการคลังสินค้าด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และมีระบบติดตามสินค้าแบบออนไลน์ (Track & Trace) ซึ่งกิจกรรมที่ให้บริการจะให้บริการขนส่ง/จัดส่ง เก็บรักษา บรรจุ และบริหารสินค้าคงคลังของลูกค้า และต้องกระจายสินค้าไปต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 5 ประเทศ ปัจจุบันมีผู้ได้รับส่งเสริมฯ ไปแล้วทั้งสิ้น จำนวน 105 โครงการ

สิทธิประโยชน์คือยกเว้น อากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร ทุกเขต และได้รับยกเว้น ภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี

สิทธิประโยชน์บีไอไอกับ IDC



สำหรับสิทธิประโยชน์ที่ให้แก่นักลงทุนคือยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรทุกเขต และได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี ทั้งนี้ รายได้ที่จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ต้องเป็นรายได้จากการบริหารจัดการเท่านั้น ไม่รวมถึงรายได้จากการขนส่งภายในประเทศ รายได้จากพิธีการศุลกากร และรายได้จากการจองระวางเรือ หรือเครื่องบิน

ศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศนับเป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทานด้านการค้าและการลงทุน ที่จะมาช่วยผู้ประกอบการทั้งในด้านการลดต้นทุน และในการบริหารจัดการคลังสินค้าด้วยระบบที่ทันสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการ Outsource บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนี้ที่จะมีความพร้อมในด้านการเตรียมที่จัดเก็บสินค้า ซึ่งจะแตกต่างกันตามความเหมาะสมของสินค้า มีทั้งอาคารเก็บสินค้า ที่ติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่ใช้เก็บสินค้าประเภทต่าง ๆ เช่น ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนยานยนต์ อาจเป็นห้องเย็นสำหรับเก็บอาหารที่ต้องรักษาความเย็น หรืออัญมณีที่ต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยขั้นสูง หรือต้องมีลานเก็บสินค้ากลางแจ้ง สำหรับสินค้าขนาดใหญ่ เช่น สินค้าที่เป็นรถบรรทุก เป็นต้น

โดยลักษณะการให้บริการโดยทั่วไปจะให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่ครบวงจร ตั้งแต่งาน Warehouse & Inventory Service ซึ่งอาจมีคลังสินค้าในหลายพื้นที่เพื่อความสะดวกของลูกค้าในการเลือกใช้คลังสินค้า เช่น เมื่อสินค้ามาถึงพนักงานจะนับจำนวนสินค้าให้ตรงกับใบส่งสินค้า ตรวจสอบภาพ บันทึกข้อมูลสินค้าเข้าระบบ ติดบาร์โค้ด เครื่องหมายเพื่อรองรับการสืบค้น นำไปจัดเก็บตามตำแหน่งที่กำหนด การจ่ายสินค้าออกจากคลัง พนักงานจะเลือกสินค้าจากสถานที่จัดเก็บที่ปรากฏในระบบ ตรวจสอบความถูกต้องของชนิดสินค้า สี ขนาด ตัดยอดสินค้าออกจากระบบ เคลื่อนย้ายสินค้ามายัง Loading Area นำสินค้าขึ้นรถบรรทุกเพื่อนำส่งลูกค้าปลายทาง ซึ่งอยู่ในประเทศต่าง ๆ ต่อไป

สำหรับโปรแกรมบริหารคลังสินค้า จะสามารถควบคุมการจัดการตั้งแต่การบันทึกสินค้าเข้าคลัง การจัดเก็บสินค้าภายในคลัง การตรวจสอบตำแหน่งจัดเก็บ การย้าย-โอนสินค้า ตรวจสอบ ปรับยอด สามารถออกรายงานปริมาณสินค้าเข้า-ออก ตามชนิดของสินค้า รายงานการวิเคราะห์รูปแบบต่าง ๆ



บทบาทของศูนย์กระจายสินค้า

ประกอบด้วย

- ▶ เป็นสถานที่รวบรวมสินค้าจากแหล่งผลิตต่างๆ มาไว้ในสถานที่เดียวกันซึ่งมีท่าเลหรือที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ (Logistics Hub) การจัดตั้งส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณใกล้กับ “Gateway” หรือ ประตูเศรษฐกิจ เช่น สนามบิน ท่าเรือระหว่างประเทศหรือด่านชายแดนที่สำคัญ แต่ตามเงื่อนไขไม่จำเป็นเสมอไปว่าต้องอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว

- ▶ ศูนย์กระจายสินค้าทำหน้าที่ในการเปลี่ยนโหมดขนส่ง (Shift Mode) ทั้งประเภทพาหนะขนาดที่เหมาะสม รวมทั้งการใช้อรรถประโยชน์เต็มพื้นที่ (Full Space Trucks) และการขนส่งเที่ยวเปล่า ซึ่งจะทำให้การจัดส่งสินค้ามีประสิทธิภาพและมีต้นทุนต่ำ

- ▶ บทบาทในการรับและเก็บรักษาสินค้าให้มีความปลอดภัย การดูแลรักษาเกี่ยวข้องกับการเก็บรักษาสินค้าให้เหมาะกับลักษณะสินค้าต่างๆ เช่น สินค้าเน่าเสียง่าย (Perishable Goods) สินค้าซึ่งต้องควบคุมอุณหภูมิเป็นพิเศษ (Special Temperature Control) เพื่อให้สินค้าอยู่ในสภาพที่พร้อมจะจัดส่งหรือส่งมอบให้กับลูกค้าโดยมีความพึงพอใจสูงสุด



- ▶ ทำหน้าที่ในการคัดแยก แบ่งบรรจุ (Sorting & Repacking) ตัดฉลาก ติดแท็ก การจัดหมวดหมู่ให้ตรงกับคำสั่งซื้อทั้งชนิด ประเภท จำนวน เพื่อเตรียมส่งมอบให้กับลูกค้าแต่ละรายตรงตามคำสั่งซื้อและเงื่อนไขการส่งมอบ

- ▶ การจัดส่งสินค้า เป็นหน้าที่หลักของศูนย์กระจายสินค้าในการจัดหาและเตรียมพาหนะขนส่งให้มีลักษณะและขนาดเหมาะสมกับสินค้าและเขตพื้นที่ขนส่ง ซึ่งจะต้องยึดหลักด้านประสิทธิภาพและต้นทุนโดยเฉพาะการส่งมอบที่เป็น Just in Time ทั้งด้านตรงเวลา สถานที่ถูกต้อง และตรงตามเงื่อนไข (Right Time – Right Place –Right Condition)

- ▶ บางครั้งศูนย์กระจายสินค้ายังทำหน้าที่ในการเรียกเก็บสินค้าประเภทหมดอายุการใช้งาน (Expired Date) สินค้าเสื่อมสภาพ สินค้าชำรุดหรือสินค้ามีตำหนิหรือไม่ถูกต้องและถูกลูกค้าคืนกลับมา (Returned Cargoes) รวมทั้งสินค้าที่มีการเรียกคืนจากโรงงานผู้ผลิต (Recall)

- ▶ การบริหารจัดการ ศูนย์กระจายสินค้าแบ่งเป็น 2 ประเภท คือศูนย์กระจายสินค้าส่วนบุคคล (Corporate Service) ให้บริการเฉพาะบริษัทหรือกลุ่มธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งโดยเฉพาะ และศูนย์กระจายสินค้าสาธารณะเป็น “Public Service” มีการเรียกเก็บค่าบริการตามอัตราที่มีการตกลงกัน



ศูนย์กระจายสินค้าที่เกิดขึ้น ในสหรัฐอเมริกา เป็นศูนย์ กระจายสินค้าที่มีความทันสมัย รองรับระบบอี-คอมเมิร์ซ

ไอทีซี ศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศ

ศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศอาจมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะสินค้าและความต้องการของผู้ประกอบการ เช่น ศูนย์กระจายสินค้าที่เน้นเปลี่ยนโหมดการขนส่ง ได้แก่ ศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าประเภทไอซีดี (Inland Container Depot: ICD) ซึ่งทำหน้าที่เปลี่ยนโหมดขนส่งจากเรือหรือรถไปเป็นรถบรรทุก นอกจากนี้ “ไอทีซี” อาจขออนุญาตจัดตั้งคลังสินค้าปลอดภาษีประเภทต่าง ๆ ซึ่งอยู่ในพื้นที่ “Free Zone” หรือคลังสินค้าทัณฑ์บน

ปรากฏการณ์ศูนย์กระจายสินค้าที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกา เป็นศูนย์กระจายสินค้าที่มีความทันสมัยรองรับระบบอี-คอมเมิร์ซ ใช้ระบบหุ่นยนต์อัจฉริยะและคอมพิวเตอร์ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ทั้งในการแบ่งแยก จัดเก็บ บรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ การสแกนสถานที่ส่งมอบ ควบคุมการจัดส่ง ติดตามสถานะ โดยมี “Chatbot” ทำหน้าที่ในการโต้ตอบสนทนากับลูกค้าในลักษณะเป็น Call Center ในสหรัฐอเมริกา “เฟซบุ๊ก” กำลังก้าวเข้าสู่ธุรกิจออนไลน์เต็มรูปแบบ ได้สร้างแพลตฟอร์มในลักษณะที่เรียกว่า “Message Bots”

เป็นโปรแกรมเอไอพูดคุยกับลูกค้าสามารถโต้ตอบ Sent / Receive ทั้งรับคำสั่งซื้อ ติดตามการส่งมอบ บริการหลังการขายและโต้ตอบการสนทนากับลูกค้าแบบไร้ข้อจำกัด

ในอนาคตอันใกล้ การค้าปลีก 1 ใน 3 จะเป็นลักษณะออนไลน์หรือที่เรียกว่าร้านค้าเสมือนจริง (Virtual Marketplace) ซึ่งศูนย์กระจายสินค้าจะเข้ามามีบทบาทในการเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เช่น การเข้ามาของกลุ่มเซ็นทรัลกรุ๊ป เดอะมอลล์กรุ๊ป อาลีบาบารวมทั้งอาเมซอน แม้แต่แอปเปิ้ล และเฟซบุ๊กต่างกำลังเริ่มต้นที่จะเข้าสู่ธุรกิจการค้าแบบออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ อีกทั้งอาลีบาบามีแนวคิดที่จะเข้ามาตั้งศูนย์กระจายสินค้าในประเทศไทย เพื่อเป็นฮับ (Hub) ของภูมิภาคประเทศ CLMV





ทุกประเทศในภูมิภาค ก็ล้วนแต่มีความต้องการ เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้า ของอาเซียน



การส่งเสริมไอดีซี ในประเทศไทย

คำถามว่าประเทศไทยมีโอกาสขึ้นแท่นเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าของโลกได้ไหม ก่อนอื่นคงต้องมาดูว่าการที่ประเทศซึ่งมีองค์ประกอบในการเป็นไอดีซี (IDC) ปัจจัยหลักคงไม่ใช่อยู่เพียงเงื่อนไขของบีโอไอ เพราะทุกประเทศในภูมิภาคก็ล้วนแต่มีความต้องการเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าของอาเซียนต่างให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแข่งขันกับไทย แม้แต่ประเทศ สปป.ลาว ซึ่งแม้ไม่มีทางออกสู่ทะเลก็ยังวางยุทธศาสตร์เป็น Land Link สำหรับมาเลเซียเป็น Regional Port Hub เน้นการเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าทางเรือระดับโลกโดยมีท่าเรือตันจงเปเลปาส (Tanjung Pelepast) และท่าเรือคลัง (Port Klang) กำลังเทียบชั้นกับท่าเรือของสิงคโปร์



องค์ประกอบของการเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าระหว่างประเทศ

- 1. Geographical** ตำแหน่งที่ตั้งของประเทศต้องมีความเหมาะสมที่จะเป็น Logistics Hub และต้องแวดล้อมไปด้วยประเทศต่างๆ ขนาดของประเทศเหมาะสมไม่เล็กจนเกินไป มีทางออกทะเล และมีพื้นที่เหมาะสมที่จะมีท่าเรือขนาดใหญ่
- 2. Communication Infrastructure** ความพร้อมของโครงข่ายคมนาคมขนส่งโดยเฉพาะ สนามบินนานาชาติ ท่าเรือน้ำลึก ระบบขนส่งทางราง และโครงข่ายถนนเชื่อมโยงทั้งประเทศและกับประเทศรอบด้าน
- 3. Good Accessibility** ความสะดวกในการเข้า-ออกทั้งคน สินค้า และเงินตราต่างประเทศ เกี่ยวข้องกับระบบไอที ระบบสารสนเทศ สถาบันการเงินที่น่าเชื่อถือ ระบบสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการโลจิสติกส์
- 4. Regulation & Trade Facilitate** กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และการอำนวยความสะดวกทางการค้า ซึ่งเอื้อและสนับสนุนต่อการเป็นศูนย์กลางการค้าทั้งระดับโลกและระดับภูมิภาค เป็นปัจจัยสำคัญเพราะถึงแม้เงื่อนไขการส่งเสริมฯ จะดีเพียงใด แต่กฎหมาย กฎระเบียบภายใน และหรือระบบราชการยังเป็นอุปสรรคก็ไม่มีประโยชน์
- 5. GDP Scale** ต้องมีขนาดเศรษฐกิจหรือจีดีพีและการบริโภคของประชาชนรวมทั้งมีกิจกรรมนำเข้าส่งออกปริมาณเพียงพอ ที่จะทำให้มีการประหยัดจากขนาดที่เอื้อให้เป็นประเทศการค้าระดับนานาชาติ (Trade Nation) เป็นปัจจัยสำคัญของความคุ้มค่าเชิงพาณิชย์ของการจัดตั้งศูนย์กลางกระจายสินค้าระหว่างประเทศ



จุดแข็งของประเทศไทย มีชายฝั่งทะเล 2 ด้าน สามารถเชื่อมต่อ มหาสมุทรอินเดีย และแปซิฟิก



จากองค์ประกอบข้างต้นประเทศไทยมีความพร้อมในทุกด้านทั้งที่ตั้งของประเทศอยู่บริเวณศูนย์กลางที่เป็น Logistics Hub แวดล้อมด้วยประเทศต่างๆ เช่น กัมพูชา สปป.ลาว เวียดนาม เมียนมา มาเลเซีย เป็นความได้เปรียบของประเทศไทย ในด้านการเชื่อมโยงโลจิสติกส์ทางถนนกับประเทศเหล่านี้ รวมถึงมีถนนตามมาตรฐานอาเซียนไฮเวย์ และในอนาคตอันใกล้จะมีระบบรางเชื่อมโยกับประเทศจีนและเป็นส่วนหนึ่งของ “One Belt One Road” ซึ่งหากวางกลยุทธ์ได้เหมาะสมจะทำให้ไทยมีโอกาสเชื่อมต่อการขนส่งทางบกผ่านจีนไปยังประเทศต่างๆ ในซีกโลกตะวันตกไม่ว่าจะเป็น ตะวันออกกลางและหรือในยุโรป

อีกทั้งจุดแข็งของประเทศไทยมีชายฝั่งทะเล 2 ด้าน สามารถเชื่อมต่อกับมหาสมุทรอินเดียและแปซิฟิก และมีความพร้อมด้านการขนส่งทางทะเล โดยมีท่าเรือแหลมฉบังเป็นท่าเรือระดับโลก และในอนาคตโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ EEC จะมีการขยายท่าเรือแหลมฉบังเฟส 3 และท่าเรือมาบตาพุด รวมทั้งสนามบินนานาชาติแห่งที่ 3 (อู่ตะเภา) ซึ่งจะเสริมศักยภาพการเป็น “Airport Hub” ด้านขนส่งทางอากาศ

ปัจจุบันไทยเป็นฮับทางอากาศของภูมิภาคอยู่แล้ว โดยมีสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมืองทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางขนส่งทางอากาศระดับโลกและไม่เป็นรองใครในภูมิภาค

ภาพในอนาคตของไทยในการก้าวไปสู่ไทยแลนด์ 4.0 เกี่ยวข้องกับการยกระดับด้านโครงข่ายโลจิสติกส์ให้สามารถรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี จะเข้ามาแทนระบบการผลิตซึ่งใช้แรงงานในยุค 2.0 กลไกสำคัญเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนให้เป็นประเทศการค้าระดับนานาชาติ หรือ “Trade Nation” ที่ผ่านมาบีไอโอ นอกเหนือจากการให้การส่งเสริมฯ ให้มี “ไอดีซี” ยังมีการส่งเสริมฯ ในกิจการประเภท ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International Procurement Office: IPO) หรือต่อมาได้เปลี่ยนประเภทเป็น กิจการบริษัทการค้าระหว่างประเทศ (International Trading Centers: ITC) ขณะเดียวกันก็มีการส่งเสริมกิจการเขตอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ หรือ Logistics Park มาเป็นเวลายาวนาน ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นโลจิสติกส์ฮับของอาเซียนและเอเชียแปซิฟิก



จะต้องมีการปฏิรูป กฎหมายครั้งใหญ่ เพื่อให้เอื้อแก่การเป็น Trading Nation

จากความเห็นของผู้ได้รับการส่งเสริมฯ ดร.ธนิศ ไตรรัตน์ ประธานกรรมการบริษัทในเครือ V-SERVE GROUP เห็นว่าองค์ประกอบของไทยมีความพร้อมจะเป็น Trading Nation แต่ดูเหมือนว่าเรายังไปไม่ถึงขั้นนั้น คงต้องย้อนกลับมาดูประเด็นด้านกฎหมายและข้อบังคับอื่นๆ ไม่เอื้อและสนับสนุน เพราะการเป็นศูนย์กลางสินค้าระหว่างประเทศเกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้าจากประเทศต่างๆ เพื่อนำมาเพิ่มมูลค่า ทั้งการแยกชอย รีแพ็ค แบ่งบรรจุ เปลี่ยนฉลาก หรือที่เรียกว่า “Ground Value Added” กฎหมายหลายฉบับ ทั้ง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กรมควบคุมวัตถุพิษภัย กฎหมายประมง และ สรพัตกกฎหมายที่ยังทำให้ต้องมีใบอนุญาตนำเข้า


นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าที่ผ่านมากฎหมายถึงแม้จะแก้ไขไปมากแล้วแต่ก็ถือว่าการนำเข้าเพื่อผ่านไปประเทศที่สามไม่ว่าจะอยู่ในพื้นที่ฟรีโซน หรือ ท่าเรือ สนามบิน ถือว่าเป็นการนำเข้าเบ็ดเสร็จในราชอาณาจักร โดยเฉลี่ยว่าพื้นที่ตรงนั้นควรจะเป็นโนแมนแลนด์ เพราะสินค้าที่เข้ามาเพื่อกิจกรรมโลจิสติกส์หรือซัพพลายเชนเพื่อเพิ่มมูลค่าแล้วส่งออกไป



ดร.ธนิศ ไตรรัตน์

ประธานกรรมการบริษัทในเครือ V-SERVE GROUP

“ตรงนี้ดูเหมือนเป็นจุดเล็กๆ แต่เป็นข้อด้อยใหญ่ของประเทศไทย” ทำให้ไม่สามารถได้ประโยชน์จากการมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมในการเป็นฮับรวมไปถึงการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานมหาศาลเพื่อจะเดินหน้าไทยแลนด์ 4.0 และจะต้องมีการปฏิรูปกฎหมายครั้งใหญ่เพื่อให้เอื้อแก่การเป็น Trading Nation

กรณีของประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย รวมทั้งประเทศเวียดนามในอนาคต ประเทศเหล่านี้ต่างเห็นโอกาสของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าโลก ซึ่งในอนาคตจะไร้พรมแดนอย่างแท้จริง มีการแก้กฎหมายให้เอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางสินค้ารองรับอี-คอมเมิร์ซ เช่น กรณีของมาเลเซียสามารถบรรลุข้อตกลงกับอาลีบาบาซึ่งเป็นยักษ์ใหญ่อ้านการค้าอิเล็กทรอนิกส์ด้วยการตั้งศูนย์กลางสินค้าออนไลน์ระดับภูมิภาค ขณะที่ประเทศไทยยังต้องพยายามเข้าใจถึง “อุตสาหกรรมโลจิสติกส์” ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายรองรับที่เพียงพอทั้งตัวธุรกิจและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเป็นศูนย์กลางสินค้านานาชาติ 

กิจการสนับสนุน การค้าและการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) เริ่มให้การส่งเสริมฯ กิจการสนับสนุนการค้าและการลงทุน (TRADE AND INVESTMENT SUPPORT OFFICE: TISO) เมื่อปี 2539 ภายใต้ประเภทกิจการ 7.37 กิจการสำนักงานสนับสนุนการค้าและการลงทุน ต่อมามีการปรับเปลี่ยนประเภทกิจการเป็น 7.10, 7.15 และ 7.7 ตามลำดับ

ภายใต้ชื่อ กิจการสนับสนุนการค้าและการลงทุน ปัจจุบันมีบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมฯ จากบีโอไอไปแล้วประมาณ 900 ราย เช่น

- ▶ บริษัท โรเบิร์ต บ็อก ออโตโมทีฟ เทคโนโลยีส์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ▶ บริษัท ฮิตาชิ เอลลิเวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ▶ บริษัท พานาโซนิค (ประเทศไทย) จำกัด
- ▶ บริษัท ฮอนด้า เอ็นจิเนียริง เอเชีย จำกัด
- ▶ บริษัท มิซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด
- ▶ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์สเซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ▶ บริษัท บางกอก คอยล์เซ็นเตอร์ จำกัด

เป็นต้น

• หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในกิจการสนับสนุนการค้าและการลงทุน (TISO) •

➤ 1.1

ขอย้ายธุรกิจ

1.1.1 การกำกับดูแลและหรือการให้บริการ บริษัทในเครือและในกลุ่ม ทั้งนี้ให้รวมถึงการให้บริการจัดหาหรือให้เช่าอาคารสำนักงาน หรือ อาคารโรงงานให้บริษัทในเครือด้วย

1.1.2 การให้คำปรึกษาและแนะนำในการ ประกอบธุรกิจ ยกเว้นธุรกิจด้านซื้อขายหลักทรัพย์ และด้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สำหรับ ธุรกิจด้านบัญชี กฎหมาย โฆษณา สถาปัตยกรรม และวิศวกรรมโยธา ต้องได้รับอนุญาตจากกรม พัฒนาธุรกิจการค้า หรือส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ก่อนยื่นคำขอรับการส่งเสริมฯ

1.1.3 การให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการ จัดซื้อและจัดหาสินค้า

1.1.4 การให้บริการทางวิศวกรรมและเทคนิค ที่ไม่รวมถึงการให้บริการด้านสถาปัตยกรรมและ ด้านวิศวกรรมโยธา

1.1.5 กิจกรรมทางธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องจักร เครื่องกล เครื่องมือ และอุปกรณ์ ได้แก่

- การนำเข้าเพื่อค้าส่ง
- การให้บริการฝึกอบรม
- การติดตั้ง บำรุงรักษา และซ่อมแซม
- การปรับ (CALIBRATION)

1.1.6 การค้าส่งสินค้าที่ผลิตในประเทศ

1.1.7 การให้บริการรับจ้างบริหารระบบธุรกิจ ระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL BUSINESS PROCESS OUTSOURCING) โดยต้องให้บริการ ผ่านเครือข่ายโทรคมนาคมในด้านต่างๆ เช่น ADMINISTRATION SERVICES, FINANCE & ACCOUNT SERVICES, HUMAN RESOURCE SERVICES, SALES & MARKETING SERVICES, CUSTOMER SERVICES, DATA PROCESSING เป็นต้น



➤ 1.2

เงื่อนไขการลงทุน

1.2.1 จะต้องมียกจ่ายในการขายและ บริหารไม่น้อยกว่า 10.0 ล้านบาท

1.2.2 จะต้องมีเงินลงทุนขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 1.0 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน)

1.2.3 จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

➤ 1.3

สิทธิและประโยชน์ ได้รับสิทธิประโยชน์ที่ไม่ใช่ ภาษี เช่น

1.3.1 การถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดิน สำหรับชาวต่างชาติ

1.3.2 การถือหุ้นข้างมากโดยชาวต่างชาติ

1.3.3 การนำช่างฝีมือหรือผู้เชี่ยวชาญ ชาวต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศไทย

• **เปรียบเทียบขอบข่ายธุรกิจของกิจการตามนโยบายเดิมและปัจจุบัน** •

ซีไอโอได้มีการปรับปรุงขอบข่ายธุรกิจเพื่ออำนวยความสะดวกและให้สอดคล้องกับ การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน รวมถึงเพื่อเป็นการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในอนาคตอื่น ๆ

ข้อ	เดิม	ปัจจุบัน
1	การกำกับดูแลและหรือการให้บริการบริษัทในเครือ ทั้งนี้ให้รวมถึง การให้บริการจัดหาหรือให้เช่าอาคารสำนักงาน หรืออาคารโรงงาน ให้บริษัทในเครือด้วย	การกำกับดูแลและหรือการให้บริการบริษัทในเครือและ ในกลุ่ม ทั้งนี้ให้รวมถึงการให้บริการจัดหาหรือให้เช่าอาคาร สำนักงาน หรืออาคารโรงงานให้บริษัทในเครือด้วย
2	การให้คำปรึกษาและแนะนำในการประกอบธุรกิจ ยกเว้นธุรกิจ ด้านซื้อขายหลักทรัพย์และด้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สำหรับธุรกิจด้านบัญชี กฎหมาย โฆษณา สถาปัตยกรรม และ วิศวกรรมโยธา ต้องได้รับอนุญาตจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ก่อนยื่นคำขอรับการส่งเสริมฯ	เหมือนเดิม
3	การให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการจัดซื้อและจัดหาสินค้า	เหมือนเดิม
4	การให้บริการทางวิศวกรรมและเทคนิค ที่ไม่รวมถึง การให้บริการด้านสถาปัตยกรรมและด้านวิศวกรรมโยธา	เหมือนเดิม
5	การทดสอบและออกใบรับรองมาตรฐานสินค้า มาตรฐานการผลิต และมาตรฐานการบริการ	-
6	การค้าสินค้าส่งออก	-
7	กิจกรรมทางธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องจักร เครื่องกล เครื่องมือ และอุปกรณ์ ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> ▶ การนำเข้าเพื่อค้าส่ง ▶ การให้บริการฝึกอบรม ▶ การติดตั้ง บำรุงรักษา และซ่อมแซม ▶ การปรับ (CALIBRATION) 	เหมือนเดิม
8	การออกแบบและพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (ซอฟต์แวร์)	-
9	การค้าส่งสินค้าที่ผลิตในประเทศ	เหมือนเดิม
10	กิจการ 7.16 กิจการธุรกิจรับจ้างบริหารระบบธุรกิจระหว่าง ประเทศ (INTERNATIONAL BUSINESS PROCESS OUT-SOURCING)	การให้บริการรับจ้างบริหารระบบธุรกิจระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL BUSINESS PROCESS OUTSOURCING) โดยต้องให้บริการผ่านเครือข่ายโทรคมนาคมในด้านต่างๆ เช่น ADMINISTRATION SERVICES, FINANCE & ACCOUNT SERVICES, HUMAN RESOURCE SERVICES, SALES & MARKETING SERVICES, CUSTOMER SERVICES, DATA PROCESSING เป็นต้น



กิจการสนับสนุนการค้า และการลงทุน หมายถึง บริษัท ที่ประกอบกิจการให้การสนับสนุน ทั้งด้านการค้าและการลงทุน ให้กับทั้งบริษัทในเครือ

➤ ความหมาย ขอบข่ายธุรกิจและเงื่อนไขในกิจการสนับสนุนการค้า และการลงทุน

• ความหมาย

กิจการสนับสนุนการค้าและการลงทุน หมายถึง บริษัทที่ประกอบกิจการให้การสนับสนุนทั้งด้านการค้า และการลงทุน ให้กับทั้งบริษัทในเครือ บริษัทในกลุ่ม และบริษัททั่วไป ซึ่งรวมถึงการค้าส่งสินค้าและการให้บริการส่งเสริมการขายตามเงื่อนไขที่บีโอไอกำหนด

• ขอบข่ายธุรกิจ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การกำกับดูแลและหรือการให้บริการบริษัทในเครือและในกลุ่ม ทั้งนี้ให้รวมถึงการให้บริการจัดหา หรือให้เช่าอาคารสำนักงาน หรืออาคารโรงงานให้บริษัทในเครือด้วย หมายถึง การให้บริการสนับสนุนงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางธุรกิจในด้านต่าง ๆ ให้กับบริษัทในเครือและในกลุ่มเท่านั้น เช่น

➤ ด้านการประสานงานทางธุรกิจ เช่น การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

➤ ด้านการตลาด เช่น การวางแผนและพัฒนาแผนการตลาดเพื่อสนับสนุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาด และการวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นต้น



➤ ด้านทรัพยากรบุคคล เช่น การจัดหาและฝึกอบรมเบื้องต้นให้กับพนักงาน เป็นต้น

➤ ด้านอื่นๆ เช่น การจัดวางระบบคอมพิวเตอร์ การจัดทำรายงานด้านการเงิน การจัดเก็บเอกสาร เป็นต้น

➤ บริษัทในเครือและในกลุ่ม หมายถึง การถือหุ้นในบริษัทหนึ่ง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนทั้งหมด

2. การให้คำปรึกษาและแนะนำในการประกอบธุรกิจ ยกเว้นธุรกิจด้านซื้อขายหลักทรัพย์ และด้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สำหรับธุรกิจด้านบัญชี กฎหมาย โฆษณา สถาปัตยกรรม และวิศวกรรมโยธา ต้องได้รับอนุญาตจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ก่อนยื่นคำขอรับการส่งเสริมฯ หมายถึง การบริการให้คำปรึกษาและแนะนำในเรื่องการจัดการทางธุรกิจ และการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายที่วางไว้ เช่น ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

3. **การให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการจัดซื้อและจัดหาสินค้า** หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าในด้านต่างๆ เช่น การคัดเลือกผู้ขายสินค้า การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ขายสินค้าที่น่าจะมีคุณสมบัติตามที่ต้องการ และการวางแผนการจัดส่งสินค้า เป็นต้น

4. **การให้บริการทางวิศวกรรมและเทคโนโลยี** ที่ไม่รวมถึงการให้บริการทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมโยธา หมายถึง การให้บริการต่างๆ ที่เป็นด้านเทคนิค รวมถึง การออกแบบ การปรับแบบ การตรวจสอบ การฝึกอบรม สำหรับเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมผลิต

5. **กิจกรรมทางธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องจักร เครื่องกล เครื่องมือ และอุปกรณ์** ได้แก่

- ▶ การนำเข้าเพื่อค้าส่ง หมายถึง การจำหน่ายเครื่องจักร เครื่องกล เครื่องมือ และอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมให้แก่ตัวแทนจำหน่ายเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ (OUT-IN)

- ▶ การให้บริการฝึกอบรม หมายถึง การฝึกอบรมให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานเครื่องจักร เครื่องกล เครื่องมือ และอุปกรณ์

- ▶ การติดตั้ง บำรุงรักษา และซ่อมแซม หมายถึง การให้บริการลูกค้าในการติดตั้ง บำรุงรักษา และซ่อมแซมเครื่องจักร เครื่องกล เครื่องมือ และอุปกรณ์

- ▶ การปรับ (CALIBRATION) หมายถึง การให้บริการปรับเครื่องจักรและอุปกรณ์ให้สามารถทำงานได้เที่ยงตรงตามปกติ

หมายเหตุ สำหรับขอบข่ายนี้จะต้องเป็นเครื่องจักร เครื่องกล เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่บริษัทแม่หรือบริษัทในเครือเป็นผู้ผลิต



6. **การค้าส่งสินค้าที่ผลิตในประเทศ** หมายถึง การซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย (IN-IN)

7. **การให้บริการรับจ้างบริหารระบบธุรกิจระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL BUSINESS PROCESS OUTSOURCING)** โดยต้องให้บริการผ่านเครือข่ายโทรคมนาคมในด้านต่างๆ เช่น ADMINISTRATION SERVICES, FINANCE & ACCOUNT SERVICES, HUMAN RESOURCE SERVICES, SALES & MARKETING SERVICES, CUSTOMER SERVICES, DATA PROCESSING เป็นต้น หมายถึง การรับจ้างบริหารจัดการทางธุรกิจให้กับลูกค้า โดยจะต้องไม่ดำเนินธุรกิจเหมือนกับธุรกิจหลักของลูกค้า เช่น ด้านธุรกิจการเงิน บุคคล บริหารงาน เป็นต้น



กิจการสนับสนุนการค้าและการลงทุน (TISO) เป็นกิจการที่ผสมผสานระหว่างกิจการสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (IHQ) และกิจการบริษัทการค้าระหว่างประเทศ (ITC)


▶ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปีละไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร หมายถึง รายจ่ายในการขายและบริหาร (รายการที่ 8) ตามแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือ ภ.ง.ด. 50 จำนวน 30 รายการ เช่น

- ▶ รายจ่ายเกี่ยวกับพนักงาน
- ▶ ค่าไฟฟ้า ค่าประปา ค่าโทรศัพท์
- ▶ ค่าพาหนะ รายจ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก
- ▶ ค่าระวาง ค่าขนส่ง
- ▶ ค่าเช่า
- ▶ ค่าซ่อมแซม
- ▶ ค่ารับรอง
- ▶ ค่านายหน้า ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย
- ▶ ค่าธรรมเนียมในการให้คำแนะนำและปรึกษา
- ▶ ค่าสิทธิหรือค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน
- ▶ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ

และจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่าปีละ 10.0 ล้านบาท

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่การเป็น TRADING NATION ตามนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน โดยส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (INTERNATIONAL HEADQUARTERS: IHQ) และบริษัทการค้าระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL TRADING CENTERS: ITC)

สำหรับกิจการสนับสนุนการค้าและการลงทุน (TISO) ถือเป็นกิจการที่สนับสนุนนโยบายดังกล่าวข้างต้น เนื่องจากกิจการสนับสนุนการค้าและการลงทุน (TISO) เป็นกิจการที่ผสมผสานระหว่างกิจการสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (IHQ) และกิจการบริษัทการค้าระหว่างประเทศ (ITC) ซึ่งมีทั้งการจำหน่ายสินค้าและบริการสนับสนุนการประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ จึงอาจกล่าวได้ว่ากิจการสนับสนุนการค้าและการลงทุน (TISO) เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการตัดสินใจเลือกลงทุนในประเทศไทย 



ลำนักงานใหญ่ ข้ามประเทศ (IHQ)

การก้าวไปสู่ประเทศแห่งการค้าทั้งในภูมิภาคและระดับโลกของประเทศไทยนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยนโยบายการค้าระหว่างประเทศ กำหนดกลยุทธ์ทางการค้า รวมถึงการบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐเพื่อการนำพาอนาคตเศรษฐกิจไทย สู่อการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนในการเป็น Trading Nation อย่างเต็มตัว

นโยบายส่งเสริมการลงทุนระยะ 7 ปี (พ.ศ. 2558-2664) ตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2557 ลงวันที่ 3 ธันวาคม 2557 ที่มี การบังคับใช้นโยบายใหม่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ได้กำหนดประเภท กิจการสำหรับการก้าวไปสู่ Trading Nations และได้รับการตอบรับที่ดีจาก นักลงทุนต่างชาติคือ กิจการสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ หรือ International Headquarters (IHQ) ซึ่งเราจะมาเจาะลึกในรายละเอียดของกิจการประเภทนี้ ว่ามีความสำคัญต่อประเทศเราอย่างไร ทำไมเราจึงให้การส่งเสริมการลงทุน รวมถึงสิทธิและประโยชน์ที่นักลงทุนจะได้รับจากกิจการประเภทนี้





.....

หากบริษัทย้ายมาตั้งสำนักงานใหญ่ ที่ไทย จะได้รับประโยชน์ เช่น มีการจ้างคนต่างชาติ ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ทำให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยี แก่บุคลากรไทย

.....

▶ **กิจการสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ หรือ International Headquarters (IHQ)** คือ บริษัทที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย เพื่อประกอบกิจการให้บริการด้านการบริหารหรือด้านเทคนิค การให้บริการสนับสนุนหรือการบริหารเงินแก่วิสาหกิจในเครือหรือสาขาของตนเอง ไม่ว่าจะวิสาหกิจในเครือหรือสาขานั้น จะตั้งอยู่ในประเทศไทย หรือต่างประเทศ ซึ่งการให้บริการสนับสนุนหรือขอเช่าธุรกิจที่บริษัทสามารถประกอบกิจการได้มีดังนี้

- ▶ 1. การบริหารงานทั่วไป การวางแผนทางธุรกิจ และการประสานงานธุรกิจ
- ▶ 2. การจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วน
- ▶ 3. การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ▶ 4. การสนับสนุนด้านเทคนิค
- ▶ 5. การส่งเสริมด้านการตลาด และการขาย
- ▶ 6. การบริหารด้านบุคคล และการฝึกอบรม
- ▶ 7. การให้คำปรึกษา และแนะนำในการประกอบธุรกิจด้านต่างๆ เช่น ด้านการเงิน การตลาด ระบบบัญชี เป็นต้น
- ▶ 8. การวิเคราะห์ และวิจัยด้านเศรษฐกิจและการลงทุน
- ▶ 9. การจัดการ และควบคุมสินเชื่อ
- ▶ 10. ศูนย์บริหารเงิน (Treasury Center)
- ▶ 11. การให้บริการสนับสนุนอื่นๆ ตามที่สำนักงานเห็นสมควร

รัฐบาลพยายามผลักดันมาตรการต่าง ๆ และลดข้อจำกัด เพื่อจูงใจนักลงทุนข้ามชาติ ที่ผ่านมาบริษัทข้ามชาติรายใหญ่มักจะตั้งสำนักงานใหญ่ที่ประเทศสิงคโปร์กับมาเลเซีย ซึ่งหากบริษัทเหล่านั้นย้ายมาตั้งสำนักงานใหญ่ที่ไทย ประเทศเราจะได้รับประโยชน์หลายประการ เช่น บริษัทเหล่านี้มีการจ้างคนต่างชาติที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเข้ามาทำให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีขั้นสูงและความรู้แก่บุคลากรไทย รวมถึงได้ประโยชน์จากการจับจ่ายใช้สอยของชาวต่างชาติในเรื่องค่าเช่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ากิน ค่าซื้อสินค้าในประเทศจากบุคคลเหล่านี้



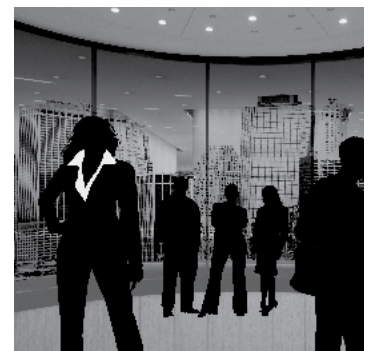
สำนักงานใหญ่ข้ามประเทศเป็นหนึ่งในกิจการที่บีโอไอให้ความสำคัญมาก โดยมีการปรับหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการขอรับการส่งเสริมฯ จากนโยบายเก่าของกิจการสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค (Regional Operating Headquarters – ROH) เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักลงทุนมากขึ้น ซึ่งเปรียบเทียบความแตกต่างได้ดังนี้



เงื่อนไข ROH (กิจการตามนโยบายเดิม)	เงื่อนไข IHQ (กิจการตามนโยบายใหม่)
1. บริษัทจะต้องกำกับดูแลกิจการของสาขาหรือบริษัทในเครือในต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 3 ประเทศ	1. ต้องกำกับดูแลกิจการของสาขาหรือบริษัทในเครือในต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 1 ประเทศ
2. จะต้องมีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท	2. ต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท
3. มีแผนดำเนินการและขอข้อยกเว้นธุรกิจดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> • การบริหารงานทั่วไป การวางแผนทางธุรกิจ และการประสานงานธุรกิจ • การจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วน • การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ • การสนับสนุนด้านเทคนิค • การส่งเสริมด้านการตลาดและการขาย • การบริหารด้านบุคคลและการฝึกอบรมในภูมิภาค • การให้คำปรึกษา และแนะนำในการประกอบธุรกิจ ด้านต่างๆ เช่น ด้านการเงิน การตลาด ระบบบัญชี เป็นต้น <ul style="list-style-type: none"> • การวิเคราะห์และวิจัยด้านเศรษฐกิจและการลงทุน • การจัดการและควบคุมสินเชื่อ • การให้บริการสนับสนุนอื่นๆ ตามที่สำนักงานเห็นสมควร 	3. มีแผนดำเนินการและขอข้อยกเว้นธุรกิจดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> • การบริหารงานทั่วไป การวางแผนทางธุรกิจ และการประสานงานธุรกิจ • การจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วน • การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ • การสนับสนุนด้านเทคนิค • การส่งเสริมด้านการตลาด และการขาย • การบริหารด้านบุคคล และการฝึกอบรม • การให้คำปรึกษา และแนะนำในการประกอบธุรกิจ ด้านต่างๆ เช่น ด้านการเงิน การตลาด ระบบบัญชี เป็นต้น <ul style="list-style-type: none"> • การวิเคราะห์ และวิจัยด้านเศรษฐกิจและการลงทุน • การจัดการ และควบคุมสินเชื่อ • ศูนย์บริหารเงิน (Treasury Center) • การให้บริการสนับสนุนอื่นๆ ตามที่สำนักงานเห็นสมควร

จากตารางเปรียบเทียบการปรับเกณฑ์การให้การส่งเสริมฯ จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า บีโอไอได้ลดเงื่อนไข เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่วิสาหกิจในเครือมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม หากบริษัทเคยได้รับการส่งเสริมฯ กิจการประเภทสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค (ROH) ตามนโยบายเดิม สามารถมาทำเรื่องขอเปลี่ยนแปลงประเภทกิจการเป็นสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศได้ โดยไม่จำเป็นต้องยื่นขอรับการส่งเสริมฯ ใหม่





● ศูนย์บริหารเงิน (Treasury Center) ●

สำหรับศูนย์บริหารเงิน (Treasury Center) มีหน้าที่จัดการบริหารเงินตราต่างประเทศ ให้แก่บริษัทในเครือเดียวกันที่ตั้งในไทยและต่างประเทศ โดยมีขอบข่ายดังนี้

1. การรับซื้อภาระผูกพันหรือเอกสารเรียกเก็บเงินค่าสินค้าหรือบริการระหว่างประเทศ สกิลเงินตราต่างประเทศจากกลุ่มบริษัท หรือเป็นตัวแทนของกลุ่มบริษัทในการรับหรือจ่ายเงินตามภาระผูกพันหรือเอกสารเรียกเก็บเงินดังกล่าว และการรับจ่ายเงินกับคู่ค้า
2. การหักกลบรายได้ หรือภาระผูกพันของศูนย์บริหารเงิน หรือของกลุ่มบริษัทกับคู่ค้า
3. การซื้อ ขาย หรือแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงิน
4. การบริหารสภาพคล่อง หากบริษัทใดสนใจในการจัดตั้งศูนย์บริหารเงิน สามารถยื่นคำร้องในการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจศูนย์บริหารเงินจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งเมื่อได้รับใบอนุญาตศูนย์บริหารเงินแล้ว บริษัทสามารถนำใบอนุญาตมายื่นขอรับการส่งเสริมฯ ภายใต้กิจการประเภทสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ เพื่อขอรับสิทธิและประโยชน์ต่างๆ จากปีโอไอได้

หมายเหตุ:

1. เฉพาะขอบข่ายศูนย์บริหารเงิน ที่จะต้องมีใบอนุญาตฯ ก่อนนำมาขอรับการส่งเสริมฯ
2. สำหรับขอบข่ายธุรกิจอื่นๆ บริษัทสามารถยื่นขอรับการส่งเสริมฯ ได้ปกติ

ทั้งนี้ ปีโอไอได้ให้สิทธิและประโยชน์ต่างๆ เช่น การยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรเฉพาะเครื่องจักรที่ใช้วิจัยและฝึกอบรม การอนุญาตให้นำคนต่างด้าวเข้ามาเพื่อศึกษาสู่ทางการลงทุน การอนุญาตให้นำช่างฝีมือและผู้ชำนาญการเข้ามาทำงาน การอนุญาตให้ถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดิน และการอนุญาตให้ส่งออกเงินตราต่างประเทศ

นอกจากนี้ กรมสรรพากรได้ให้สิทธิและประโยชน์ทางภาษีสืบตามพระราชกฤษฎีกา ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตราและยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 586) เช่น

- ▶ ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 15 รอบบัญชี
- ▶ ลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลจากร้อยละ 20 ของกำไรสุทธิเหลือร้อยละ 10 ของกำไรสุทธิ สำหรับรายได้จากการให้บริการด้านการบริหารหรือด้านเทคนิค การให้บริการสนับสนุน หรือการบริหารเงินแก่วิสัยกิจในเครือที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย และค่าสิทธิที่ได้รับจากวิสาหกิจในเครือที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย

▶ ลดอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้แก่คนต่างด้าวซึ่งทำงานประจำ IHQ เหลือร้อยละ 15 ของเงินได้พึงประเมิน เป็นต้น

ซึ่งผู้อ่านสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม รวมถึงคำนิยาม หลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขต่างๆ เพิ่มเติมของมาตรการภาษี ได้จากพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตราและยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 586) และประกาศอธิบดีกรมสรรพากร เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขการลดอัตราภาษีเงินได้ ยกเว้นภาษีเงินได้ และยกเว้นภาษีธุรกิจเฉพาะของบริษัทซึ่งประกอบกิจการสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ



บริษัทที่ได้รับการส่งเสริมฯ ในกิจการ IHQ ตั้งแต่ มกราคม 2558 - มิถุนายน 2560 ประมาณ 155 ราย เช่น HONDA, TOYOTA, NISSAN, TOSHIBA, MITSUBISHI, HUAWEI

ปัจจุบันมีจำนวนบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมฯ ในกิจการประเภทนี้ตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 จนถึงเดือนมิถุนายน 2560 ประมาณ 155 ราย โดยแบ่งเป็นการอนุมัติรายใหม่ 114 ราย และเปลี่ยนประเภทจาก ROH เป็น IHQ อีก 41 ราย ซึ่งถือว่าได้รับการตอบรับที่ดีจากนักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีสถิติการขอรับการส่งเสริมฯ สูงสุดในกิจการประเภทนี้

สำหรับบริษัทรายใหญ่ที่มีการลงทุนในกิจการสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศในไทย เช่น HONDA, TOYOTA, NISSAN, TOSHIBA, MITSUBISHI, HUAWEI, ELECTROLUX, BRAND'S, SANTORY, COLGATE-PALM OLIVE, HITACHI, TORAY, STAEDTLER, SHARP, MINOR HOTEL GROUP, THAI UNION GROUP, SWAROVSKI, AJINOMOTO เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม หากบริษัทใดสนใจรายละเอียดต่างๆ เพิ่มเติม หรือรายละเอียดการขอรับการส่งเสริมฯ กิจการประเภทสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (IHQ) สามารถติดต่อได้ที่สำนักบริหารการลงทุน 4

โอกาสการลงทุนไทย ในจีนผ่านมุมมองอดีตทูตพาณิชย์



ดร.ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร
อดีตอัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์)
สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ
ณ กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน

แม้ว่าจีนจะเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของโลก แต่ปัจจุบันจีนหันมาพึ่งพาการบริโภคภายในประเทศเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการไทยควรเร่งพัฒนาศักยภาพ เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของจีน **ดร.ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร อดีตอัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์) สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน** ได้วิเคราะห์ถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยที่สนใจได้ศึกษาเรียนรู้ก่อนจะเข้าไปลงทุน

จีนลดการพึ่งพาดตลาดต่างประเทศ

ดร.ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร อดีตอัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์) สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน กล่าวว่าจากความสำเร็จในการพัฒนาประเทศของจีน โดยเฉพาะในช่วง 20 ปีหลัง ทำให้เม็ดเงินของจีนเพิ่มมากขึ้นด้วยเหตุนี้จึงทำให้จีนมีทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยจีนมีจำนวนประชากรกว่า 1,300 ล้านคน จึงต้องการจะปรับโครงสร้างด้วยการหันมาพึ่งพาภาคการบริโภคภายในประเทศให้มากขึ้น ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา เราจึงเห็นสัดส่วนการบริโภคจากเดิม GDP อยู่ที่ประมาณ 1 ใน 4 คือร้อยละ 25 - 26 ต่อปี โดยปรับเพิ่มขึ้นไปถึงร้อยละ 50 ต่อปี สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จระยะแรกของการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ที่ลดการพึ่งพาภาคการต่างประเทศ และหันมาพึ่งพาการบริโภคภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

นักลงทุนส่วนใหญ่ที่เข้าไปลงทุนในจีนนั้น มักไม่ให้ความสนใจกับตลาดภายในประเทศ โดยจะมองตัวเลข GDP เป็นหลัก แต่ไม่ได้มองในเชิงเปรียบเทียบซึ่งระบบเศรษฐกิจโลกก็เป็นแบบนี้ โดยเฉพาะกรณีของจีน เมื่อตลาดในประเทศเติบโตมากยิ่งขึ้น แม้ภาค GDP จะไม่สูงเหมือนในอดีตที่ผ่านมา แต่ก็ยังขยายตัว ยิ่งในส่วนของตลาดในประเทศนั้น ทำให้นักลงทุนไทยเสียโอกาส เพราะไปมองภาพใหญ่ว่าเศรษฐกิจจีนไม่เติบโตเช่นที่ผ่านมา จึงให้ความสนใจกับจีนน้อยลง แต่ในความเป็นจริงแล้ว ตลาดภายในประเทศของจีนเติบโตเร็วมาก ฉะนั้นนักลงทุนจะต้องเข้าไปใกล้ตลาดจีนให้มากกว่าเดิม นี่เป็นการสะท้อนภาพมุมมองที่เกิดขึ้น



จีนพยายามนำมาตรการและนโยบายใหม่ๆ ออกมา แสดงให้เห็นว่ายังคงให้ความสำคัญกับการลงทุนของต่างชาติที่จะเข้าไปในจีน



จีนให้ความสำคัญกับการลงทุนของต่างชาติ



ในช่วงที่ผ่านมา เราคิดว่าจีนให้ความสำคัญกับการพึ่งพาดตลาดต่างประเทศน้อยลงอย่างที่หลายๆ ฝ่ายเข้าใจ แต่กลับพบว่าจีนพยายามนำมาตรการและนโยบายใหม่ๆ ออกมา นั่นแสดงให้เห็นว่าจีนยังคงให้ความสำคัญกับการลงทุนของต่างชาติที่จะเข้าไปในจีน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ การกำหนดนโยบายเรื่อง “Free Trade Zone” ซึ่งเริ่มใช้ที่เซี่ยงไฮ้ ต่อมาประกาศเพิ่มอย่างต่อเนื่องที่เทียนจิน ผู้เจี้ยน และกวางตุ้ง รวมทั้งยังเตรียมทยอยประกาศให้มณฑลต่างๆ เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษอีกจำนวนมาก โดยบางมณฑลเริ่มทดลองเขตเศรษฐกิจพิเศษในลักษณะที่ไม่เคยเห็นในต่างประเทศหรือประเทศใด ๆ ในโลกมาก่อน



อย่างไรก็ตาม ผมมีโอกาสไปดูงานที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเฉียนไห่ ซึ่งเขตนี้เป็นเขตนำร่องแห่งแรกที่จีนจะเริ่มทำเขตเศรษฐกิจพิเศษข้ามพรมแดน โดยเป็นครั้งแรกที่ยอมให้กฎหมายหรือใบอนุญาต รวมถึงกฎระเบียบต่างๆ ของต่างชาติที่อยู่นอกจีนแผ่นดินใหญ่ เข้ามามีผลบังคับในจีน เฉพาะในเขตเฉียนไห่ ซึ่งเริ่มต้นทำกับฮ่องกงก่อน โดยนักลงทุนที่ได้รับใบอนุญาตต่างๆ จากฮ่องกงแล้ว หากเข้ามาลงทุนในเขตเฉียนไห่ สามารถใช้ใบอนุญาตนั้นดำเนินธุรกิจได้ โดยไม่ต้องขอใบอนุญาตใหม่ เพียงรายงานให้ทราบเท่านั้น

นอกจากนี้ยังมีเรื่องที่น่าสนใจคือ มีการปรับระบบโทรศัพท์ให้ธุรกิจหรือกิจการที่จะเข้ามาอยู่ในเขตเฉียนไห่ สามารถโทรศัพท์กลับไปฮ่องกงโดยเสียอัตราค่าบริการเสมือนโทรศัพท์อยู่ในประเทศจีน ซึ่งการกระทำดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าจีนมีการเตรียมการ เพื่อดำเนินการในเรื่องต่างๆ หลายเรื่อง การปฏิรูปส่วนอื่นๆ ที่ทำคู่ขนานกัน รวมไปถึงการผลักดันอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ๆ ภายใต้ความพยายามที่จะปฏิรูป ดังนั้นจีนจึงให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมที่มีอนาคต โดยแบ่งอุตสาหกรรมออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

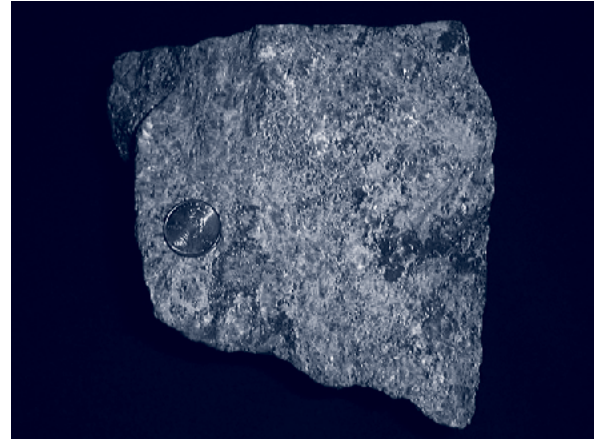


กลุ่มแรก อุตสาหกรรมแบบดั้งเดิม จะต้องมีการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และ Know - How เข้ามาพัฒนาปรับปรุงเพื่อลดปัญหาเรื่องมลพิษต่างๆ พร้อมทั้งออกแบบและสร้างแบรนด์สินค้า โดยรัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไฮเทคระดับสูงที่มีนวัตกรรม หากอุตสาหกรรมใดไม่ปรับปรุงก็ต้องย้ายไปอยู่ประเทศอื่น อย่างไรก็ตามจีนไม่ได้ทำเฉพาะภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น จีนทำได้ลึกซึ้งและน่าสนใจมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตั้งโรงเรียนอินเตอร์ (สำหรับเด็ก) ที่รัฐบาลนำเงินมาลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรมที่มีชาวต่างชาติเข้ามาทำงาน

เดิมโรงเรียนแห่งนี้ตั้งใจจะรองรับเฉพาะลูกหลานของชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในพื้นที่นี้ แต่พอเป็นนวัตกรรมเขาคิดต่อ โดยการสร้างเป็นหอพักขนาดใหญ่ในโรงเรียน เนื่องจากเป็นโรงเรียนของรัฐบาลและรัฐบาลต้องการนำระบบการเรียนการสอนของต่างชาติเข้ามา เพราะระบบการเรียนการสอนของจีนยังมีข้อจำกัดในเรื่องของมุมมองความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ ด้วยการไปจ้างครูเก่งๆ หากจะให้โรงเรียนนี้เป็นแบบอเมริกันก็นำครูมาจากสหรัฐฯ ฟินแลนด์เก่งทางด้านคณิตศาสตร์ก็ไปจ้างครูมาอยู่โรงเรียนนี้ หรือใครที่เก่งๆ ในโลกก็ดึงให้มาอยู่ที่นี่สำหรับโรงเรียนแห่งนี้ตั้งอยู่ที่เมืองชิงเต่า มณฑลซานตง

สำหรับหอพักที่สร้างขึ้นเป็นตึก 10 ชั้น เพื่อรองรับชาวต่างชาติ และเด็กต่างชาติที่ต้องการดึงดูดให้เข้ามาเรียน โดยจีนต้องการสร้างสังคมนวัตกรรมใหม่ที่ดึงดูดเด็กต่างชาติหรือใครก็ตามที่เก่งๆ จากทั่วโลกเข้ามา เพื่อที่จะสร้างนวัตกรรมตั้งแต่รุ่นเด็กๆ เป็นโรงเรียนที่รัฐบาลสนับสนุนเรื่องเงินทุนเพื่อให้ค่าเทอมไม่แพงจนเกินไปและให้ต่างชาติเข้ามาเรียน โดยคาดหวังว่าเมื่อเด็ก ๆ เหล่านี้เติบโตขึ้น จะมีเรื่องของการคิดสร้างสรรค์และเครือข่ายกับต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งเปลี่ยนนโยบายจากการส่งคนไปเรียนต่างประเทศให้กลับมาเรียนในประเทศแทน

จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นก็เพื่อให้เห็นภาพวิถีคิดของจีนที่พยายามปรับโครงสร้าง และปฏิรูป เมื่อจะทำเรื่องใดก็ตามมักทำแบบจริงจังและเป็นรูปธรรม



“แรรีเออร์” แร่หายาก ขนาดเมื่อเทียบกับเหรียญเพนนีของสหรัฐอเมริกา


กลุ่มที่สอง กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยมี 7 อุตสาหกรรมหลักที่จะเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในระยะยาว เช่น อุตสาหกรรมวัสดุใหม่เบาบาง คงทน แข็งแรง ก็จะนำเข้ามา เนื่องจากจีนมีสินแร่ที่หายากคือ **“แรรีเออร์”** เป็นจำนวนมากที่ผ่านมาก็ขายให้ต่างชาติไปต่อยอดผลิตเป็นชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และส่งกลับมาขายจีน ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มน้อยต่อไปจีนจะทำและพัฒนาในประเทศให้มากขึ้น นอกจากนั้นยังมีอุตสาหกรรมยานยนต์ พลังงานใหม่ พลังงานทดแทน ไบโอเทค เกษตรสมัยใหม่ อุตสาหกรรมต่างๆ เหล่านี้ที่จีนพยายามจะสร้างขึ้นในประเทศ ซึ่งเป็นทิศทางของจีนในเชิงนโยบายที่ยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องของการลงทุน

นอกจากนี้เรื่องที่ดินดำเนินการคู่ขนานกันไป คือ การปรับโครงสร้างไปสู่ภาคบริการ การดึงดูดการลงทุนก็เป็นส่วนหนึ่ง โดยรัฐบาลต้องการดึงดูดภาคบริการของต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนในจีน เช่น เชียงไฮ้ ที่เป็นศูนย์กลางทางการเงิน หากใครเข้ามาลงทุนก็ให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการลดภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นศูนย์จากปีที่ให้ผลกำไร เงินทุนไหลเข้าออกอย่างเสรี จดทะเบียนง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากธุรกิจนั้นเป็นภาคบริการ





กรณีที่มีนักลงทุนต่างชาติกล่าวกันว่ารัฐบาลจีนไปควบคุมเรื่องการเข้าออกของเงินทุนมากเกินไปนั้น จีนบอกไม่เป็นไรถ้าอย่างนั้นให้เข้ามาลงทุนใน Free Trade Zone ที่ตั้งขึ้น ซึ่งจะควบคุมน้อยลง เพื่อให้เกิดความสะดวก คล่องตัวในการบริหารราชการ ธุรกิจจากเดิมกำหนดให้ลงทุนได้เพียงบางส่วน ก็เริ่มผ่อนปรนมากขึ้น และอะไรก็ตามที่ไม่ได้ประกาศห้ามสามารถลงทุนได้ทั้งหมด เรียกว่า “Negative List” คือ เป็นระบบของโลกยุคใหม่ที่จีนเริ่มนำมาทดลองใช้ในเขต Free Trade Zone

เพราะฉะนั้นอุตสาหกรรมและธุรกิจใหม่ๆ ที่จีนตามไม่ทัน ต่อไปก็อาจจะมีโอกาสไปลงทุนในพื้นที่นี้ และการเข้าไปลงทุนของต่างชาติในจีน จะมีลักษณะของการปรับโครงสร้างที่มุ่งไปสู่ภาคบริการมากขึ้น เพราะเงินเองไม่สามารถเป็นประเทศผู้ผลิตได้ดังเช่นในอดีต ดังนั้นจึงต้องมุ่งเข้าสู่ภาคบริการ เมื่อปี 2557 นับเป็นปีแรกที่ GDP ของจีนปรับเพิ่มขึ้นเป็น 10 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งมีสัดส่วนมาจากภาคบริการมากที่สุด และยังเป็นครั้งแรกที่ภาคบริการปรับตัวเพิ่มขึ้น นำหน้าภาคอุตสาหกรรมและภาคการเกษตร 



จีนตั้งเป้าปี 2563 จะเป็น ประเทศพัฒนาแล้วในระยะต้น และเป็นประเทศพัฒนาแล้ว เต็มตัวในปี 2593



อย่างไรก็ตาม จากการที่ภาคการเกษตรเริ่มถดถอยลง เพราะรัฐบาลหันไปให้ความสนใจกับภาคอุตสาหกรรมเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นรัฐบาลจึงเริ่มกลับมาให้ความสนใจกับภาคการเกษตรมากขึ้น โดยวางแผนในอนาคตว่าจะปรับโครงสร้างภาคการเกษตรใหม่ด้วยการประกาศปฏิรูปภาคการเกษตรครั้งใหญ่ และพยายามดำเนินมาตรการหลายอย่างควบคู่กันไป ทั้งนี้ก็เพื่อเพิ่มความมั่งคั่งในภาพรวมของประเทศ เพราะจีนตั้งเป้าไว้ว่าในปี 2563 จะเป็นประเทศพัฒนาแล้วในระยะต้น รวมถึงจะฉลองครบรอบ 100 ปี ของการก่อตั้งพรรคคอมมิวนิสต์ โดยพรรคฯ จะมีอายุครบรอบ 100 ปี ในปี 2562 และเป็นประเทศพัฒนาแล้วเต็มตัวในปี 2593

จะเห็นได้ว่าจีนยังให้ความสนใจกับภาคการเกษตร ไม่ใช่สนใจเฉพาะภาคบริการเท่านั้น และไม่ได้ทิ้งภาคอุตสาหกรรม แต่อะไรที่เป็นของดั้งเดิมก็ต้องปรับปรุง อะไรเป็นของใหม่ก็ต้องเดินหน้า ฉะนั้นจีนจึงเดินทั้ง 3 ส่วนในเวลาเดียวกัน และนี่คือภาพของการลงทุนที่เราจะเห็นในประเทศจีนในช่วงเวลานี้

จีนเป็นแหล่งลงทุนสำคัญของโลก

สำหรับประเทศจีนนั้น นับว่ายังมีศักยภาพในการเป็นแหล่งลงทุนสำคัญของโลกในอนาคตต่อไปอีกหลายปี โดยตลาดจีนกลายเป็นตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และหลากหลายกลุ่มสินค้า ที่ยังคงเติบโตต่อไป มีอำนาจและกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งผ่อนคลายนโยบายลูกคนเดียวในระยะที่ 2 เนื่องจากเหตุผลสำคัญคือ จีนกำลังจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุที่เร็วมาก และแรงงานเริ่มขาดแคลน แต่ถ้ามองในภาพใหญ่ตลาดภายในประเทศจีนยังคงดี เป็นเสมือนแม่เหล็กตัวใหญ่ที่จะดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศเข้าไปได้อีกมาก

จีนไม่เพียงแต่เป็นตลาดขนาดใหญ่ ยังเป็นฐานการผลิตที่ดี และไม่ได้มีปัญหาเรื่องการขาดแคลนแรงงานคุณภาพเหมือนกับประเทศไทย ที่แรงงานมีฝีมือขาดแคลนมาก จึงทำให้บริษัทหลายๆ แห่งไม่กล้าขยายกิจการเพราะหาแรงงานไม่ได้

หากนักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนในจีน โดยไม่คาดหวังตลาดภายในประเทศ แต่มุ่งทางด้านฐานการผลิต ในส่วนนี้นักลงทุนจะได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างนั้น

ประการแรก จีนทำ FTA กับประเทศต่างๆ เป็นจำนวนมาก นับจากการเข้าเป็นสมาชิก WTO จีนยังคงเดินหน้าทำ FTA อย่างต่อเนื่อง ขณะนี้น่าจะเข้าไปแล้วกว่า 20 ประเทศ โดยบอกกล่าวกับประเทศต่างๆ ว่า เรามีเค้กชิ้นใหญ่มากและเค้กชิ้นนี้พร้อมที่จะไปแจกกับทุกๆ ที่ เพื่อให้ตลาดมีการแข่งขัน และเชื่อมั่นว่าผู้ประกอบการจีนสามารถแข่งขันได้ และการที่รัฐบาลจีนเดินหน้าทำ FTA ก็ทำให้สินค้าที่ผลิตในจีนได้รับประโยชน์จากอัตราภาษี และเงื่อนไขทางการค้าที่ดีขึ้นในต่างประเทศและทั่วโลก



ประการที่สอง จีนเป็นประเทศที่ใหญ่มาก อาณาเขตของแต่ละภาคติดต่อประเทศต่างๆ กว่า 10 ประเทศ ทั้งทางบกและทะเล จึงทำให้นักลงทุนที่จะเข้าไปสามารถเลือกใช้ประโยชน์จากตลาดที่ 3 ได้อีกด้วย อย่างเช่น บริษัท ซีพี ที่เข้าไปตั้งฟาร์มไก่ในจีน ก็ทำให้ต้นทุนเรื่องโลจิสติกส์ถูกลง หากส่งไก่ชำแหละไปขายให้กับ KFC หรือ MC ในเกาหลีใต้และญี่ปุ่น จึงทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้ดีขึ้น

นอกจากนี้จีนยังมีเรื่องของตลาดภายในประเทศ ที่ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่จีนมีอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น บริษัท น้ำตาลมิตรผล ที่เข้าไปลงทุนในกว๋างสีเพราะที่นี่มีไร่อ้อยขนาดใหญ่และมีระดับความหวานสูงพอที่จะผลิตน้ำตาลได้ นี่คือการเข้าไปใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ หรือ บริษัท บ้านปู ที่เข้าไปใช้ประโยชน์จากถ่านหิน โดยการนำถ่านหินมาแปดเป็นพลังงานความร้อน เพื่อขายไอน้ำและความร้อน เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงเรื่องของทรัพยากรที่ไม่ใช่เฉพาะเรื่องตลาดที่เข้าไปลงทุน ก็เพื่อจะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้น และบางโครงการที่เข้าไปลงทุนอาจจะไม่เกี่ยวกับนโยบายของรัฐก็มี



อนาคตของจีนยังมีศักยภาพ ที่จะเติบโตต่อไป และต้อนรับการลงทุนจากต่างประเทศ

ดังนั้นอนาคตของจีนยังมีศักยภาพที่จะเติบโตต่อไป และต้อนรับการลงทุนจากต่างประเทศ โดยท่าทีของจีนไม่เคยเปลี่ยน นับเป็นเรื่องที่ดี แตกต่างจากบางประเทศ เมื่อเปลี่ยนรัฐบาลนโยบายต่างๆ ก็มักจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย แตกต่างจากจีนตั้งแต่เปิดประเทศท่าทีที่มีต่อตลาดต่างประเทศ ยังชัดเจนต่อเนื่อง นอกจากนี้จะเปิดให้ภาคเอกชนเข้ามาถือหุ้นกับภาครัฐแล้ว ยังเปิดโอกาสให้ต่างชาติร่วมถือหุ้นได้อีกด้วย

จะเห็นได้ว่าธุรกิจทางด้าน Modern Trade ระดับโลก รายใหญ่กว่า 25 แห่ง เข้าไปเปิดในจีนเนื่องจากธุรกิจดังกล่าวมีขนาดใหญ่และเน้นเชิงนโยบาย เพื่อให้ธุรกิจเหล่านั้นเข้ามาแข่งขัน รวมถึงต้องการให้ประชาชนได้ซื้อสินค้าที่มีต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ที่ถูกลง ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ที่จะทำให้นักจีนมีมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น เพราะแต่เดิมเมื่อซื้อสินค้าต้นทุนก็หมดไปกับเรื่องโลจิสติกส์ แต่เมื่อมีบริษัทชั้นนำของโลกเข้ามาช่วย โดยนำระบบการบริหารจัดการ รวมถึงระบบโลจิสติกส์เข้ามาพัฒนา

ดังนั้น เมื่อสามารถผลิตสินค้าได้เอง ก็ยังทำให้ต้นทุนถูกลง และไม่เฉพาะชาวจีนเท่านั้นที่ได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าที่ถูกลง คนทั่วโลกก็ได้รับเช่นกัน ส่วนหนึ่งเกิดจากระบบโลจิสติกส์ที่ได้รับการพัฒนาและได้นำสิ่งต่างๆ ที่ได้เรียนรู้ไปต่อยอด โดยเฉพาะระบบ e-Commerce ที่ต้องการพัฒนาระบบค้าปลีกในประเทศ ปัจจุบันระบบดังกล่าวเติบโตกว่าร้อยละ 40 ของธุรกิจค้าปลีก โดยส่วนสำคัญมาจากการมีระบบโลจิสติกส์ที่ทันสมัยสนับสนุน อาทิ ส่งซื้อสินค้าวันนี้ พรุ่งนี้มาส่ง และราคายังถูกมากด้วย ยิ่งต้นทุนโลจิสติกส์ถูกมากเท่าไร ก็ทำให้สินค้าที่เราได้รับถูกลง จึงทำให้ e-Commerce เติบโตมากยิ่งขึ้น ซึ่งในมุมมองของผมมีความเห็นว่าจีนใช้บทบาทภาครัฐเข้ามาคานอำนาจได้ดี เพราะต้องคุมระบบสำหรับคนจำนวนมาก

มุมมองและเคล็ดลับการลงทุน

สำหรับมุมมองและเคล็ดลับในการเข้าไปลงทุนในจีนนั้น ดร.ไพจิตรกล่าวไว้ว่าสนใจดังนี้

ประการแรก ต้องเริ่มคิดและมีทัศนคติเชิงบวกต่อประเทศและตลาดจีน ในการเข้าไปประกอบการ ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ทราบในตลาดจีนเป็นตลาดใหญ่ แต่ที่ผมได้รู้จักและสัมผัสกับผู้ประกอบการมักมีทัศนคติเชิงลบต่อระบบต่างๆ ของจีน รวมถึงชาวจีนด้วย ซึ่งเหล่านี้ล้วนแต่ไม่เหมาะสมหากสนใจจะไปค้าขายในประเทศของเขา อันดับแรกคุณต้องมีทัศนคติเชิงบวกก่อน เนื่องจากเรามีวัฒนธรรมที่ต่างกัน บางครั้งเราจะเห็นนักท่องเที่ยวจีนที่มาเมืองไทยมีพฤติกรรมบางอย่างที่เราไม่ชอบ แต่นั่นก็เป็นวัฒนธรรมของเขา ก็เหมือนกับเราไปเที่ยวฝรั่งเศส ญี่ปุ่น ฯลฯ เขาก็มองเราแปลกๆ เหมือนกัน เพราะเราไปถือปฏิบัติแบบไทยๆ ซึ่งนั่นคือความแตกต่าง และไม่ใช่ผิดหรือถูกเพียงแต่ต้องเรียนรู้ซึ่งกันและกัน



ประการที่สอง ต้องศึกษาเรื่องของสภาพปัจจัยแวดล้อมของจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมาย และกฎระเบียบด้านการลงทุนให้ดี เนื่องจากในยุคแรก ๆ นั้น จีนจะใช้ระบบ Connection ถึงร้อยละ 80 แต่ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบต่างๆ แล้ว ฉะนั้นผู้ประกอบการไทยจึงต้องปรับตัวให้ทัน เพื่อจะได้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างราบรื่น ซึ่งผมคิดว่านี่เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญ ที่ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันศึกษา รวมถึงให้ข้อมูลความรู้กับผู้ประกอบการ และอีกเรื่องที่สำคัญคือ การหาหุ้นส่วน ควรเลือกหุ้นส่วนที่มีศักยภาพ ซึ่งการจะหาได้ก็ต้องไปพบเจอคนให้มากขึ้น และสามารถแยกได้ว่าคนๆ นี้ใช่หรือไม่ใช่ โดยชาวจีนมีวิถีคิดและวิถีทำธุรกิจ ที่เขาจะรู้ทันกันระหว่างชาวจีนด้วยกันเอง เพราะฉะนั้นถ้าเราไม่มีหุ้นส่วนที่ดีก็อาจจะเกิดปัญหาได้

ประการที่สาม อย่าคิดทำอะไรที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะเรื่องภาษี เนื่องจากจีนมีมาตรการในการดูแลบริษัทต่างชาติที่เข้าไปลงทุนอย่างเข้มงวด โดยเจ้าหน้าที่สรรพากร 1 คน จะดูแลบริษัทเพียง 10 บริษัทเท่านั้น จึงทำให้ทราบรายละเอียดต่างๆ ของแต่ละบริษัทที่ดูแลเป็นอย่างดี ฉะนั้นการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตั้งแต่เริ่มแรก รวมถึงมีพาร์ทเนอร์ที่ดี ชำระภาษีถูกต้อง และคิดโมเดลการทำธุรกิจที่ดี ก็สามารถพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตได้ไม่ยากในจีน

อย่างไรก็ตามหากเรามีความเข้าใจต่อตลาดจีน ก็สามารถจะทำให้เราคิดโมเดลธุรกิจที่เหมาะสมให้เกิดขึ้นได้ไม่เช่นนั้นเราจะมีความรู้สึกที่ว่า เข้าไปในจีนแล้วไม่สามารถทำธุรกิจอะไรได้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วเราเองอาจจะยังไม่เข้าใจระบบของเขว่าเป็นอย่างไร ดังนั้นการมองตลาดจีนต้องมองในระยะยาว



สำหรับจีนในเชิงของขนาดทางภูมิศาสตร์นั้นใหญ่มาก หากพิจารณาทางด้านความสะดวกสบาย ทางฝั่งตะวันออกของประเทศจะดีที่สุด แต่ถ้าเป็นในเชิงธุรกิจที่ไม่ใช่ความสะดวกสบายนั้น จะเป็นเรื่องของแหล่งเงินทุนว่าอยู่ที่ไหน หากเราต้องการไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของเขา ก็ต้องเข้าไปใกล้แหล่งทรัพยากร เช่น ไปทำเหมืองแร่ถ่านหิน ก็ต้องไปหนานหนิง ซึ่งไม่ใช่แหล่งที่สะดวกนัก แต่มีความจำเป็นต้องเข้าไป โดยส่วนตัวผมมีความเห็นว่า ปัจจัยสำคัญขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปลงทุนว่าคาดหวังอะไร

ส่วนข้อจำกัดของการเข้าไปลงทุนในฝั่งตะวันออกนั้น โดยเฉพาะเมืองใหญ่ สะดวก แต่ค่าจ้างแรงงานสูงมาก และอาจจะไม่สามารถแข่งขันได้ บางครั้งการไปผลิตนอกเมืองที่ไม่สะดวกสบาย แต่ขีดความสามารถและการแข่งขันด้านราคาจะดีขึ้น แต่ก็มีธุรกิจบางอย่างที่อาจจะถูกกำหนดให้ทำเฉพาะที่เท่านั้น หากจะผลิตเพื่อการส่งออกก็ต้องไปลงทุนในฝั่งตะวันออก เนื่องจากติดทะเล และเป็นฝั่งเดียวเท่านั้น หรือถ้าเรามุ่งหวังตลาดแถบไหนเป็นพิเศษเพื่อการส่งออกสินค้า ก็ต้องเข้าไปอยู่ใกล้ๆ แถบนั้น

หากต้องการผลิตเพื่อเชื่อมคลัสเตอร์กับอาเซียนก็ต้องไปทางด้านกว่างสี หรือยูนนาน แต่เรื่องที่ต้องพิจารณาคือ เรื่องของแรงงานคุณภาพ ที่ต้องเข้าไปสนับสนุนในเรื่องการผลิตและการลงทุนผลิต ซึ่งไม่ได้ทัดเทียมกันทั้งประเทศ แม้แรงงานจะมีการเคลื่อนย้ายกันค่อนข้างมากก็ตาม และอีกเรื่องคือ มีหลายอุตสาหกรรมที่ไปกันเป็นคลัสเตอร์ เพราะฉะนั้นการจะเลือกที่ไหนก็ต้องพิจารณาว่าคลัสเตอร์นั้นตั้งอยู่ที่ใด อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์และจักรยายนต์ อาจะมี 7 จุด หรือ 7 คลัสเตอร์ในจีน หากไปอยู่ไกลเกินไป แม้จะผลิตดีแต่มีต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์สูงมากในการจัดส่ง และหากส่งไม่ทันตามกำหนด อาจถูกปรับเป็นเงินจำนวนมาก จนไม่สามารถจะดำเนินธุรกิจต่อไปได้



จีนวางแผนชัดเจนว่าจะใช้เส้นทางจุดไหน เพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนในการขนส่ง ส่วนการคมนาคมทางอากาศ จีนเป็นประเทศที่ใช้ฝูงบินมากที่สุดในโลก

ระบบคมนาคมพัฒนาอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นก่อนจะดำเนินการจะต้องคิดและพิจารณาในหลายๆ ด้านอย่างรอบคอบ เพราะเจตนาารมณ์ของจีนนั้น โดยเฉพาะในเชิงนโยบาย จีนต้องการพัฒนาสู่ตอนกลางและฝั่งตะวันตกของประเทศเพิ่มมากขึ้น เห็นได้ชัดเจนจากนโยบายการเชื่อมเส้นทาง การขนส่งทั้งทางเรือ รถไฟ ที่มีการพัฒนาโครงข่ายไปอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ความเจริญเข้ามา รวมถึงต้องการแก้ไขปัญหการหลังไหลของแรงงานที่ไปรวมกันอยู่ทางฝั่งตะวันออก

หากสามารถเข้าไปลงทุนในตอนกลางและฝั่งตะวันตกได้ ต่อไปแรงงานก็จะไม่ไปฝั่งตะวันออก แต่จะอยู่ในพื้นที่ในภูมิภาคของเขา ซึ่งจะทำให้สังคมและชุมชนดีขึ้น ดังนั้นจีนจึงประกาศนโยบายต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดภาษีส่งออก หากไปลงทุนตามแนวเมืองสำคัญ ที่อยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำแยงซีเกียง ซึ่งมีความยาว 3,000 – 4,000 กิโลเมตร แม้ว่าจะอยู่ตอนใน ก็จะได้รับสิทธิประโยชน์เรื่องภาษีเหมือนกัน เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการได้รับสิทธิประโยชน์ และยังมีแรงงานราคาถูกที่เพียงพออีกด้วย

ในความเห็นของผม คิดว่าจุดสำคัญ ต้องถามผู้ประกอบการไทยว่า คาดหวังอะไรจากการที่จะเข้าไปลงทุนในจีน และดูปัจจัยอื่นๆ ควบคู่ไปด้วย เพราะว่าจีนมีพื้นที่กว้างใหญ่มาก



ปัจจุบันระบบการคมนาคมขนส่งของจีน พัฒนาไปเร็วมากทั้งทางถนนและทางน้ำ โดยเฉพาะการพัฒนาเส้นทาง การขนส่งทางน้ำนั้น พัฒนาได้ดีมาก มีการขุดคลองเพื่อเชื่อมระยะทางยาวจำนวนมาก จีนพยายามอาศัยแหล่งน้ำเพื่อประโยชน์ต่างๆ ด้วยการทำโครงการขนาดใหญ่ มีการวางแผนชัดเจนว่าจะใช้เส้นทางทางน้ำตรงจุดไหนบ้าง เพื่อช่วยลดระยะเวลาและต้นทุนในการขนส่ง รวมถึงหลีกเลี่ยงปัญหาทางด้านจรรยาจร

ส่วนทางเรือก็มีเส้นทางสายใหม่ทางทะเลคือ ผ่านอาเซียนลงมาไปถึงอินเดีย ต่อไปตะวันออกกลาง และไปสิ้นสุดที่แอฟริกา เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าจีนไม่ได้พัฒนาเฉพาะฝูงบินเท่านั้น ยังพัฒนาทางเรือควบคู่ไปด้วย อาทิ การบริหารบริษัทเดินเรือขนาดใหญ่ชั้นนำของโลกในต่างประเทศ เช่น คอสโก ไชน่าชิปปิงดิ้ง

การคมนาคมทางอากาศนั้น จีนกลายเป็นประเทศที่ใช้ฝูงบินมากที่สุดในโลก โดยเฉพาะในช่วงเข้าสนามบินต่างๆ จะคลาดค่าไปด้วยผู้คนที่เดินทางกันเป็นเรื่องปกติ และจีนยังมีนโยบายในการเดินทางพัฒนาในด้านต่างๆ ควบคู่กันไปด้วย อาทิ นโยบาย Go Global Policy หรือเรียกว่า “นโยบายบุกโลก” ที่พยายามผลักดันขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการจีนออกไปลงทุนในต่างประเทศ และเมื่อเข้าไปลงทุนที่ใดก็พยายามจะเชื่อมโยงระบบการคมนาคมขนส่งไปพร้อมๆ กันด้วย ซึ่งในระยะหลังเรามักจะได้ยินนโยบายเรื่อง



“เส้นทางสายไหมทางทะเล” หรือ “One Belt One Road”

คือ พยายามนำนโยบายนี้มาเป็นตัวขับเคลื่อนเชื่อมโยงกับโลกภายนอก อย่างเช่น โครงการก่อสร้างทางรถไฟที่จะเชื่อมจากจีนฝั่งตะวันตก ขึ้นไปทางทิศเหนือผ่านรัสเซีย และไปสิ้นสุดที่สหภาพยุโรป หรือลงมาทางตอนใต้ของจีน ผ่านมาทางไทย และต่อไปทางใต้ของไทย

จะเห็นได้ว่านโยบายของจีนพยายามดำเนินการในหลาย ๆ เรื่อง ทั้งการเดินท่อขนส่งน้ำมัน การเดินรถไฟความเร็วสูง ที่เชื่อมเข้าไปในปากีสถาน รวมถึงในตะวันออกกลางอีกหลายแห่ง นอกจากนั้นยังเชื่อมไปอินเดีย เมียนมา และไทย ซึ่งไม่ใช่เฉพาะเชิงเศรษฐกิจเท่านั้น แต่มิติของจีนเป็นทั้งเศรษฐกิจและการเมือง เพราะจีนมีเพียงฝั่งตะวันออกที่สามารถออกทะเลได้ ฉะนั้นจีนจึงต้องการที่จะลงไปทางตอนใต้ที่สำคัญในเชิงการเมืองคือ พยายามกำหนดเขตแดน และสร้างแนวปะทะในแต่ละระดับ ตั้งแต่ตะวันออกกลางไล่ลงมา โดยให้ไกลจากบ้านตัวเองมากที่สุด หากมีปัญหาเกิดขึ้น ก็ยังหาที่ลงได้ เพราะไม่รู้ว่าจะอนาคตจะเป็นอย่างไรต่อไป

สำหรับเส้นทางรถไฟที่เชื่อมไปรัสเซียลงมาที่ประเทศไทยนั้น ดำเนินการในหลายรูปแบบมาก ทั้งนี้เพื่อเชื่อมกับโลกภายนอก จีนนับเป็นประเทศหนึ่ง

ที่สั่งสมประสบการณ์ และ Know - How ต่าง ๆ ทั้งการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากที่สุดในโลก สามารถสร้างเส้นทางรถไฟผ่านสภาพภูมิอากาศทุกประเทศ ทั้งทะเลทราย หนาว ร้อน และชื้นมีครบหมด และยังมีรถไฟความเร็วสูงที่สุดในโลก สะพานข้ามทะเลที่ยาวที่สุดในโลก ซึ่งหลายคนอาจจะรู้สึกว่าจีนทำเพื่อความโก้หรู แต่ในความเป็นจริงเป็นการพัฒนาโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ และเมื่อทุกอย่างพร้อมก็จะออกไปลงทุนในต่างประเทศมากขึ้น

กรณีที่จีนประกาศว่าจะสร้างรถไฟความเร็วสูง เขา กำหนดมาตรฐานต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นให้เป็นมาตรฐานระหว่างประเทศ ซึ่งทำให้ทราบได้ทันทีว่าจีนไม่ได้หวังเฉพาะการผลิตรถไฟความเร็วสูงในประเทศเท่านั้น วันหนึ่งจะต้องขายให้ประเทศอื่น ๆ และปัจจุบันเราก็เห็นแล้วว่า จีนขายเทคโนโลยีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง หากมองย้อนไปในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สหรัฐฯ เคยจ้างแรงงานจีนไปทำรางรถไฟ แต่ขณะนี้จีนกำลังจะจ้างคนอเมริกันมาสร้างรางรถไฟให้กับจีนในสหรัฐฯ

อย่างไรก็ตามจีนไม่ได้คิดจะขายเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว ยังเล็งเห็นถึงผลประโยชน์ในอนาคต โดยสร้างกลไกบางอย่างไว้ด้วย อาทิ AIIB (Asian Infrastructure Investment Bank) คือ ธนาคารเพื่อการลงทุนแห่งภูมิภาคเอเชีย ที่ตั้งขึ้นมาเพื่อคานอำนาจกับ ADB (Asian Development Bank)





หากใครสนใจกู้แทนที่จะให้กู้ ในนามทั่วๆ ไป ก็ตั้งเป็นสถาบันการเงินระหว่างประเทศขึ้นมา โดยเชิญชวนประเทศต่างๆ มาร่วมก่อตั้ง ซึ่งในอนาคต AIB อาจจะต้องเปลี่ยนชื่อ เพราะไม่ใช่เฉพาะในเอเชียเท่านั้น เพราะเส้นทางรถไฟไปถึงยุโรปผ่านตะวันออกกลาง และอีกหลายๆ ทวีปรวมกัน จะเห็นได้ว่าเวลาจีนคิดเรื่องอะไรก็ตามจะคิดเป็นระบบ แต่ยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องการเมืองก่อนเศรษฐกิจเสมอ ดังนั้นเวลาคิดจะคิดเรื่องการเมือง แต่เวลาทำแน่นอนว่า ถ้าจะให้บรรลุเป้าประสงค์ในเชิงการเมืองก็ต้องผ่านในมิติเชิงเศรษฐกิจ เนื่องจากจีนต้องการสร้างเสถียรภาพความมั่นคง หากไม่มีความมั่นคงทางการเมือง ไม่มีทางที่เศรษฐกิจจะพัฒนา ฉะนั้นจึงต้องทำให้มีเสถียรภาพก่อน

จะสังเกตได้ว่าจีนนั้น ถ้าไม่จำเป็นจะไม่ทะเลาะกับใคร เพราะสิ่งที่จีนจะเปลี่ยนแปลงไม่ได้คือ สภาพแวดล้อม เพื่อนบ้าน และสภาพภูมิอากาศ เพราะฉะนั้นต้องทำให้เพื่อนบ้านเป็นมิตร แม้ในทางปฏิบัติจีนจะไม่ค่อยยอมใคร แต่จีนก็พยายามสร้างเงื่อนไขที่เป็นประโยชน์ เช่น ประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดต่อกัน ภาษีผมเก็บจากใครเท่าไร ผมเก็บจากคุณอย่างน้อยลดลงไปครึ่งหนึ่ง ซึ่งประเทศไทยเราน่าเสียดายที่เราไม่มีชายแดนติดกับจีน ไม่เช่นนั้นเราจะได้สิทธิภาษีที่ถูกลงกว่านั้นอีก

ในอนาคตจีนยังคงเดินหน้านโยบายนี้อย่างชัดเจน และจริงจัง ภาพต่างๆ ที่เราเห็นทุกวันนี้ จีนคิดและวางแผนดำเนินการมากกว่า 10 ปี ทั้ง East -West Corridor, North - South Corridor ทำให้จีนสามารถขายเทคโนโลยี และ Know - How ได้อย่างต่อเนื่อง เพราะจีนมีวิถีคิดคือ มองและคิดจะขายในระดับโลก ปัจจุบันในแอฟริกา อิหร่าน จึงเต็มไปด้วยโครงการรถไฟความเร็วสูงของจีน

คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ

ดร.ไพจิตร ยังมีคำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการไทย ที่สนใจไปลงทุนในจีน ใว์น้าสนใจ ดังนี้

ประการแรก บทบาทของภาครัฐคือ จีนใช้การเมืองนำเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้นในการที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการในการเข้าไปลงทุนในจีน ภาครัฐควรเพิ่มบทบาทในการเข้าไปเชื่อมสัมพันธ์กับจีน โดยภาครัฐต้องมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนกับจีนทั้งในภาพใหญ่ และมณฑลเป้าหมาย ซึ่งการเชื่อมโยงระหว่างไทยกับมณฑลเป้าหมาย ในระยะเวลา 5 ปีแรก อาจทำเพียง 5 มณฑล ปีที่ 2 เพิ่มอีก 5 มณฑลต่อเนื่องไป ซึ่งจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ประเทศแนบแน่นยิ่งขึ้น

ประการที่สอง แต่ละมณฑลของจีนมีขนาดใหญ่มากทั้งในด้านจำนวนประชากร โดยเฉพาะเขตตอนบน และจงชิ่งนั้น มีจำนวนประชากรกว่า 100 ล้านคน หรือเกือบ 2 เท่าของไทย จะอย่างไรที่เราจะหาประโยชน์จากตลาดเหล่านี้ได้เพิ่มมากขึ้น หากเราไม่สามารถสร้างสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับจีนได้ การที่จะเข้าไปในตลาดเหล่านี้ก็จะทำได้ยาก รวมทั้งจะหาอะไรที่เราจะไปใช้ประโยชน์ ไม่ใช่เฉพาะจากคน แต่เป็นทรัพยากร เพราะจีนไม่ได้หวงและต้องการพัฒนาอยู่แล้ว เนื่องจากมีเป็นจำนวนมากจึงต้องการจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้ามาลงทุน



ให้ผู้ประกอบการจีนเข้ามาลงทุน ในไทย และใช้เป็นศูนย์กลาง กระจายสินค้าในภูมิภาคนี้ หรือผลิตเพื่อส่งกลับไปขายในจีน

ในทางกลับกันมณฑลต่าง ๆ เหล่านี้ก็มีผู้ประกอบการจำนวนมากที่พร้อมจะไปลงทุนและค้าขายในต่างประเทศ ซึ่งจะทำอย่างไรเราจึงได้รับประโยชน์จากการที่เราจะออกไปบุกตลาดโลกคือ แทนที่จะไปประเทศอื่นก็ให้มาประเทศไทย โดยสร้างความเป็นศูนย์กลางของประเทศไทย ในภูมิภาคอาเซียนให้เข้มแข็งขึ้น

รวมทั้งให้ผู้ประกอบการจีนเข้ามาลงทุนในไทย ผลิตและใช้ไทยเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้า ในภูมิภาคแถบนี้ หรือผลิตเพื่อส่งกลับไปขายในจีน ไทยเราต้องใช้ระบบที่เราเคยทำกับญี่ปุ่น การเข้าถึง นักลงทุนญี่ปุ่นยากอย่างไร จีนก็ยากแบบนั้น เพราะจีนเป็นตลาดใหญ่และไม่่ง่าย โดยเราต้องยอมแบ่งผลประโยชน์บางส่วนให้กับเขา เมื่อเขามาลงทุนบ้านเรา เราได้ประโยชน์ด้านการจ้างงาน เงินทุน ฯลฯ เมื่อผลิตสินค้าได้และส่งกลับไปขายในจีน โดยที่เขาเองก็มีธุรกิจ อยู่ในพื้นที่ จึงมีโอกาส และหาช่องทางการตลาดได้ดี ทำให้เราซึ่งเป็นหุ้นส่วนขายของได้ง่ายและเร็วขึ้น รวมทั้งยังมีผลประโยชน์ร่วมกันในระยะยาว

จะเห็นได้ว่า จีนนั้นไม่มีทางที่จะให้อะไรแก่ใคร โดยไม่มีผลประโยชน์ตอบแทน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการต่างมีวิธีคิดที่แยบยล ที่ไม่ยอมเสียเปรียบใครเด็ดขาด หากจะต้องเสียเปรียบก็จะไม่ทำโครงการนั้นๆ เนื่องจากรัฐบาลเกรงว่าหากประชาชนไม่พอใจขึ้นมา อาจเกิดการประท้วงขึ้นได้ และด้วยจำนวนประชาชนที่มหาศาล การควบคุม จะทำได้ยาก เพราะฉะนั้นจึงต้องสร้างสมดุลเรื่องนี้ อย่างเหมาะสม

ประการที่สาม ความเป็นมืออาชีพของภาคเอกชนก็สำคัญ รวมทั้งผู้ประกอบการไทยที่จะไปลงทุนในตลาดจีนควรรหาที่ปรึกษาที่เป็นมืออาชีพ โดย 1 ในโครงการที่กระทรวงพาณิชย์ ดำเนินการ ซึ่งผมคิดว่าจะช่วยผู้ประกอบการไทยได้ในระยะยาวหากทำอย่างต่อเนื่องคือ **“โครงการ ฟู้จูน้อง”** เช่น บริษัท เจริญโภคภัณฑ์ หรือ CP ที่เข้าไปลงทุนอยู่แล้ว สะสมเครือข่าย และสร้างความคุ้นเคยกับชาวจีนได้เป็นอย่างดี หากสมมติว่า จู๋น้องไป อาจจะเป็นส่วนหนึ่งของ Supply Chain ก็จะทำให้น้องเติบโตไปด้วย ลดความเสี่ยงในการเข้าไปประกอบการ โดยเฉพาะที่ CP ไปสร้างโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ ที่เมืองลั่วหยาง

สมมติว่าจะช่วยผู้ประกอบการรายย่อย และขนาดกลาง จะเป็นไปได้หรือไม่ ถ้าจะนำบริษัทผลิตยางรถยนต์ หรือชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่างๆ เข้าไปด้วย เพื่อไปลงทุนผลิตที่จีน ซึ่งประเทศไทยก็จะได้ส่งออก ยางพารา หากรถจักรยานยนต์ขายดีมีความต้องการ ต่อเนื่อง แบรินด์แข็งแรง ยางรถจักรยานยนต์ขายได้ สม่่าเสมอ ก็จะทำให้เราขายยางพาราได้เพิ่มขึ้น ลักษณะโครงการฟู้จูน้องแบบนี้ผมเห็นด้วยและสนับสนุนโครงการนี้อย่างเต็มที่





มีแนวคิด ทำเป็นชมรมทายาทแดนมังกร เพื่อสร้างผู้สืบทอดรุ่นใหม่ของธุรกิจรองรับการเติบโตของจีนในทศวรรษหน้า


นอกจากนั้นผมยังมีแนวคิดที่จะสร้างชมรม “แดนมังกร” หรือ “ทายาทแดนมังกร” ควบคู่ไปด้วย เนื่องจากรุ่นคุณพ่อคุณแม่ที่ทำธุรกิจอยู่ อาจจะอายุมากแล้ว ก็ต้องเริ่มส่งต่อให้ลูกคนใดคนหนึ่งเข้าไปดูแลตลาดจีน เพราะเราทราบกันอยู่แล้วว่าตลาดจีนถึงอย่างไรก็ยังมีขนาดใหญ่อยู่ แต่ธุรกิจของเรายังไม่ค่อยมีเข้าไปลงทุนในจีนมากนัก ทำอย่างไรถึงจะกระตุ้นให้ธุรกิจสามารถแบ่งตลาดได้บ้าง โดยเฉพาะเมื่อมีคนที่เกี่ยวข้องตลาดจีน

ฉะนั้นผมจึงต้องการให้ทายาทเหล่านี้มาสร้างเป็นชมรมหรือคลับ เพื่อให้เกิดเป็น Community และแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้กัน เมื่อถึงเวลาที่จะต้องไปลงทุนในจีนจะได้เป็นคัลล์สเตอร์ไปด้วยกัน ไม่ไปแบบโดดเดี่ยวคนเดียว การเข้าไปลงทุนในจีนนั้นหากไม่ใหญ่จริง ไม่มีเครือข่ายหรือคนสนับสนุน มักไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งที่ผ่านมาผู้ประกอบการไทยหลายรายก็พลาดเพราะแบบนี้ ดังนั้นผมจึงมีแนวคิดจะทำเป็นชมรมทายาทแดนมังกรเพื่อจะสร้างผู้สืบทอดรุ่นใหม่ของธุรกิจรองรับการเติบโตของจีนในทศวรรษหน้า นี่คือโครงการปลุกย่อยที่ผมคิดว่าน่าจะทำให้เกิดขึ้นได้

ไทยยังต้องค้าขาย และลงทุนกับจีนต่อไปอีก เราต้องมียุทธศาสตร์ที่ดี และมีการค้ากันอย่างเป็นระบบ

ประการที่สี่ เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการไทยนอกจากจะเสียเปรียบนักลงทุนจีนเรื่องการค้าขายแล้ว อีกเรื่องที่เป็นปัญหาคือ เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ที่อาจถูกขโมยเครื่องหมายการค้า ไปจดลิขสิทธิ์ด้วยวิธีการที่บางทีเราเองก็คาดไม่ถึง เพราะตามไม่ทันความคิดของเขา รวมถึงหน่วยงานของเราที่มีอยู่ ก็ไม่ได้ทำหน้าที่เหล่านั้นได้เพียงพอ จึงทำให้เกิดปัญหาขึ้น

ในเมื่อไทยเรายังต้องค้าขายและลงทุนกับจีนต่อไปอีก ฉะนั้นเราจะต้องมียุทธศาสตร์ที่ดี ทั้งในมิติของการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และการค้าระหว่างกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งผมเชื่อว่าเราจะได้รับประโยชน์ทั้งจากการเติบโตของเศรษฐกิจจีนเอง ในเรื่องของกรทำให้เงินเป็นคนสนับสนุนในเรื่องเศรษฐกิจของเรา การไปสร้างดุลอำนาจการต่อรองกับภูมิภาคอื่นๆ หรืออาเซียน ซึ่งในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมาไทยมุ่งไปที่ AEC มากเกินไป จนเราลืมว่าเศรษฐกิจของ AEC เป็นเพียงครึ่งเดียวของจีน และจีนก็มาครอบ AEC อีกชั้นหนึ่ง

ถึงแม้ว่าจะใหญ่ใน AEC แต่ถ้าไม่เข้าตลาดจีน ก็จะไม่มีความอำนาจต่อรอง ซึ่งเรื่องต่างๆ เหล่านี้เป็นเรื่องที่รัฐบาลเองก็ให้ความสำคัญ ด้านหนึ่งเป็นเชิงรับที่เราถูกบีบจากสหภาพยุโรป และสหรัฐฯ ในมิติเศรษฐกิจ เราจึงต้องหันมาให้ความสนใจกับภูมิภาคแถบนี้และที่ใหญ่ที่สุดก็คือจีน เพราะฉะนั้นในช่วง 2 - 3 ปีข้างหน้า ภาพความร่วมมือระหว่างไทยและจีน ที่ใกล้ชิดมากขึ้น จะก่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาวอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเราทำถูกต้องเป็นระบบ และทำได้ดีอย่างต่อเนื่อง ผมว่าเศรษฐกิจของไทยที่ได้รับประโยชน์จากจีน จะทำให้เกิดการเติบโตอย่างมีเสถียรภาพมาก 

STC

ศูนย์บุคลากรทักษะสูง
Strategic
Talent Center

ไทยจำเป็นต้องปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพื่อก้าวข้ามไปสู่โมเดลใหม่ของประเทศที่เรียกว่า “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเป็นโมเดลของเศรษฐกิจที่เน้นคุณค่า และเน้นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เพื่อให้ไทยก้าวทันกับดักต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ การปรับเปลี่ยนไทยให้ก้าวไปสู่ Thailand 4.0 นั้น รัฐบาลมุ่งเน้น 5 มิติสำคัญ ได้แก่

- ▷ **มิติที่หนึ่ง** ด้านเทคโนโลยี โดยให้ความสำคัญกับการสร้างขีดความสามารถของเทคโนโลยีหลัก (Core Technologies) ที่ประเทศไทยมีศักยภาพ เช่น เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) ซึ่งจะเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการที่หลากหลาย ทั้งภาคเกษตร อาหาร พลังงาน สุขภาพและการแพทย์
- ▷ **มิติที่สอง** ด้านทรัพยากรมนุษย์ ทั้งการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในประเทศเพื่อสร้าง “คนไทย 4.0” ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญของการพัฒนาประเทศในอนาคต รวมถึงการดึงดูดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมีทักษะสูง (Talents) จากต่างประเทศ ในสาขาที่ขาดแคลนมาช่วยกันพัฒนาประเทศด้วย
- ▷ **มิติที่สาม** ด้านโครงสร้างพื้นฐาน จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ โครงสร้างพื้นฐานรองรับการเชื่อมต่อ โครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา และโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม
- ▷ **มิติที่สี่** ด้าน Enterprise เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในระดับต่าง ๆ ให้มีความเข้มแข็ง ทั้งการส่งเสริมให้เกิด Startup ในธุรกิจต่าง ๆ และการยกระดับและปรับปรุงประสิทธิภาพของ SMEs
- ▷ **มิติที่ห้า** ด้านอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยเน้นการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและการพัฒนา 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นฐานอุตสาหกรรมอนาคต โดยเฉพาะในพื้นที่ EEC ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายของรัฐบาล



ปีโอไอได้มุ่งเน้นการกระตุ้นและชักจูงให้เกิดการลงทุนในกิจการฐานความรู้ ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” การวิจัย พัฒนา และนวัตกรรม อันเป็นเป้าหมายสำคัญ ในการวางนโยบายและมาตรการส่งเสริมการลงทุน

อย่างไรก็ตาม การลงทุนในกิจการฐานความรู้ จำเป็นต้องมีบุคลากรคุณภาพสูงรองรับ ภาครัฐจึงควรกำหนดมาตรการสนับสนุน เพื่อให้ภาคเอกชนสามารถเข้าถึงบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการขับเคลื่อนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาที่อยู่ในภาครัฐให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการไทยมากขึ้นด้วย



คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2560 ได้มีข้อสั่งการให้บีไอโอประสานงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดมาตรการเพื่อดึงดูดบุคลากรทักษะสูง (Talents) จากต่างประเทศ และขับเคลื่อนบุคลากรทักษะสูงหรือผู้เชี่ยวชาญในประเทศให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาขีดความสามารถทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของภาคธุรกิจ

STC จะเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาคเอกชน บุคลากรที่มีทักษะสูง สถาบันวิจัย การอำนวยความสะดวก เรื่องวีซ่า และใบอนุญาตทำงาน ให้แก่บุคคลที่มีทักษะสูงจากต่างประเทศ

บีไอโอจึงจัดตั้งศูนย์บุคลากรทักษะสูง (Strategic Talent Center: STC) หรือศูนย์ STC ตามที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้มีมติเห็นชอบ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2560 ซึ่งศูนย์ STC จะเป็นศูนย์เชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาคเอกชน บุคลากรที่มีทักษะสูง สถาบันวิจัย/สถาบันการศึกษา ตลอดจนประสานงานเรื่องการอำนวยความสะดวกเรื่องวีซ่า และใบอนุญาตทำงานให้แก่บุคคลที่มีทักษะสูงจากต่างประเทศ โดยจะช่วยให้บริษัททั้งไทยและต่างประเทศที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในไทย สามารถเข้าถึงบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยพัฒนา และนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) ร่วมกัน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์ STC



การจัดตั้งศูนย์ STC นี้เป็นความร่วมมือระหว่างบีไอโอและ 5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.)
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

และได้มีการลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) ร่วมกัน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์ STC ซึ่งจะมีบทบาทในการช่วยขับเคลื่อน ให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้าสู่ภาคเอกชนมากขึ้น เพื่อรองรับนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งได้มีพิธีเปิดศูนย์ STC อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2560



การให้บริการของศูนย์ STC ครอบคลุม 3 ด้าน คือ ให้บริการแนะนำ รับรองผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และอำนวยความสะดวกด้านวีซ่าและใบอนุญาตทำงานให้แก่ผู้เชี่ยวชาญต่างชาติที่ผ่านการรับรอง

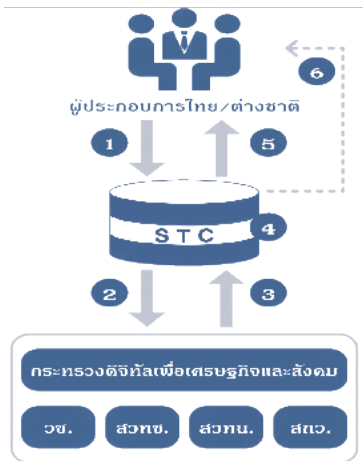


บริการของศูนย์ STC
1) การแนะนำผู้เชี่ยวชาญ

ศูนย์ STC ให้บริการแนะนำบุคลากรทักษะสูงในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้กับภาคเอกชน โดยจะเป็นตัวกลางในการประสานงานและเชื่อมโยงข้อมูลบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจากหน่วยงานในเครือข่าย เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ความพร้อมในการให้บริการ

หน่วยงาน	ฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ
สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	มีประมาณ 1,000 คน (รวมผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศที่เคยทำงานในโครงการวิจัยของ สวทช.)
สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทน.)	มีนักวิจัย/ผู้เชี่ยวชาญภายใต้โครงการ Talent Mobility ประมาณ 500 - 600 คน จากมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมโครงการรวม 21 แห่งและข้อมูลนักเรียนทุนกระทรวงวิทยาศาสตร์ที่สำเร็จการศึกษาแล้วประมาณ 2,000 คน
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)	1. มีนักวิจัยที่ได้รับเงินทุนจากรัฐบาลประมาณ 5,000 - 7,000 คนต่อปี และนักวิจัยจากต่างประเทศที่ได้เข้ามาทำงานในโครงการของหน่วยราชการที่เคยได้รับการรับรองจาก วช. มีประมาณ 400 - 500 คน และส่วนใหญ่เป็นนักวิจัยด้านสังคมศาสตร์หรือเข้ามาเก็บข้อมูล 2. มีคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งสามารถแนะนำผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ในประเทศไทยและต่างประเทศได้
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)	มีฐานข้อมูลนักวิจัย ดังนี้ 1) โครงการพัฒนาบัณฑิตวิจัยและงานวิจัยเพื่ออุตสาหกรรม (พวอ.) เป็นโครงการที่ สกว. จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีการดำเนินการแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ - การให้ทุนวิจัยเพื่อสร้างผลงานวิจัยและนักวิจัยระดับปริญญาโท - การให้ทุนวิจัยเพื่อสร้างผลงานวิจัยและนักวิจัยระดับปริญญาเอก - การให้ทุนวิจัยเพื่อสร้างผลงานที่เป็นนวัตกรรมหรือแก้ไขปัญหาในภาคอุตสาหกรรม - การสนับสนุนเครือข่ายนักวิจัยระหว่างนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาและนักวิจัยในภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทยตลอดจนนักวิจัยในภาคอุตสาหกรรมต่างประเทศ โดยจัดสรรการให้ทุนปีละประมาณ 200 ทุน มีโจทย์วิจัยมาจากภาคอุตสาหกรรม และมีข้อดี คือ นักศึกษาสามารถเข้าทำงานให้กับภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนทุนได้เมื่อสำเร็จการศึกษา 2) โครงการปริญญาเอกกาญจนาภิเษก (คปก.) เป็นโครงการของรัฐที่ให้ทุนวิจัยระดับปริญญาเอก (Ph.D. Research Fellowship) เพื่อผลิตผลงานวิจัยและนักวิจัยระดับปริญญาเอกที่มีคุณภาพสูงในมหาวิทยาลัยไทยให้ได้มาตรฐานสากล บริหารจัดการโดย สกว. โดยจัดสรรการให้ทุนปีละประมาณ 200 ทุน ซึ่งมีการดำเนินการโครงการอย่างต่อเนื่องแล้วประมาณ 20 ปี
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	มีข้อมูลผู้เชี่ยวชาญไทยที่เคยทำงานให้กระทรวงฯ

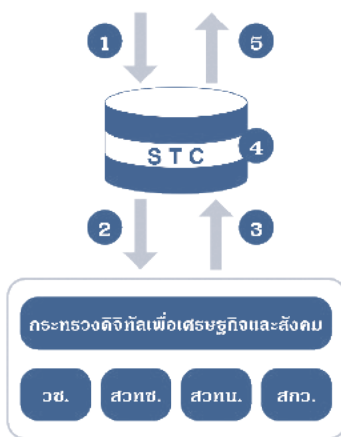


ขั้นตอนการให้บริการแนะนำผู้เชี่ยวชาญ

- ▶ 1. ผู้ประกอบการลงทะเบียน เพื่อยื่นขอรับข้อมูลผู้เชี่ยวชาญไทย/ต่างชาติ ผ่านเว็บไซต์ www.boei.go.th/stc
- ▶ 2. STC ส่ง Requirement ไปยังหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (2 วันทำการ)
- ▶ 3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งรายชื่อพร้อมรายละเอียดของผู้เชี่ยวชาญที่เหมาะสมไปยัง STC (ภายใน 15 วันทำการ)
- ▶ 4. STC บันทึกข้อมูลผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการแนะนำลงในฐานข้อมูล
- ▶ 5. STC ส่งรายชื่อผู้เชี่ยวชาญไปยังผู้ประกอบการที่ร้องขอ
- ▶ 6. STC ติดตามผล

2) การรับรองผู้เชี่ยวชาญ

เพื่อเป็นกลไกหนึ่งที่จะช่วยแก้ไขปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทาง ศูนย์ STC จึงให้บริการรับรองผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศ (Expertise Recognition) ในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกด้านวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน โดยผู้ประกอบการที่ต้องการนำผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศไทยสามารถลงทะเบียนขอรับการรับรองผ่านเว็บไซต์ STC พร้อมแนบเอกสารหลักฐานประกอบการพิจารณา



ขั้นตอนการขอรับการรับรองผู้เชี่ยวชาญต่างชาติ

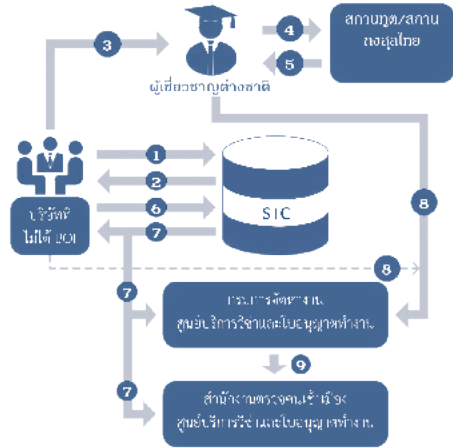
- ▶ 1. ผู้ประกอบการลงทะเบียนขอรับการรับรองผู้เชี่ยวชาญต่างชาติผ่านเว็บไซต์ STC (www.boei.go.th/stc/)
- ▶ 2. STC ส่งข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติไปยังหน่วยงานในเครือข่ายเพื่อพิจารณารับรอง (2 วันทำการ)
- ▶ 3. หน่วยงานเครือข่ายตรวจสอบข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ และแจ้งผลการพิจารณาไปยัง STC (ภายใน 20 วันทำการ)
- ▶ 4. STC บันทึกข้อมูลเฉพาะผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการรับรองลงในฐานข้อมูล
- ▶ 5. STC แจ้งผลการพิจารณาไปยังผู้ประกอบการ

3) การอำนวยความสะดวกเรื่องวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน

ผู้เชี่ยวชาญต่างชาติที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานในเครือข่ายของศูนย์ STC จะได้รับการอำนวยความสะดวกเรื่องวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน แม้จะทำงานในบริษัทที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนก็ตาม โดยจะสามารถใช้สิทธิการอำนวยความสะดวกด้านวีซ่าและใบอนุญาตทำงานตามมาตรา 24 และ 26 ของ พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน

ศูนย์ STC จะทำงานเชื่อมต่อกับระบบ e-Expert ของศูนย์บริการวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน (One Stop Service Center for Visa and Work Permit) ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนร่วมกับสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการจัดหางานกำลังพัฒนาระบบ Single Window ซึ่งคาดว่าจะสามารถใช้กับผู้เชี่ยวชาญผ่านการรับรองที่ทำงานในโครงการที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนได้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2561 เป็นต้นไป

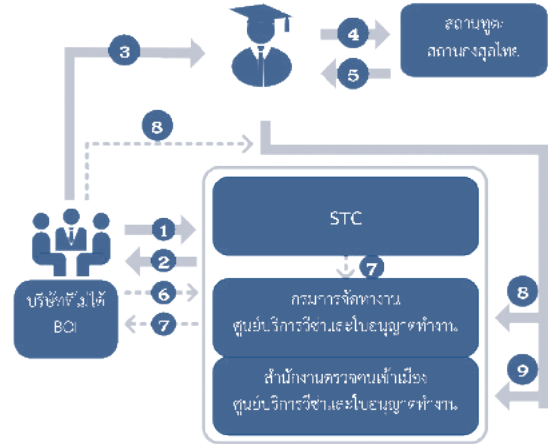
**ขั้นตอนการขออนุญาตนำเข้า
ผู้เชี่ยวชาญต่างชาติที่ผ่านการรับรอง
สำหรับผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน
(ก่อนวันที่ 1 ตุลาคม 2561)**



- ▶ 1. บริษัทยื่นคำร้องที่ SIC เพื่อขอความร่วมมือประทับตราวิซ่า
- ▶ 2. SIC ออกหนังสือขอความร่วมมือประทับตราวิซ่าให้บริษัท (1 วันทำการ)
- ▶ 3. บริษัทส่งหนังสือขอความร่วมมือประทับตราวิซ่าให้ผู้เชี่ยวชาญ
- ▶ 4. ผู้เชี่ยวชาญยื่นขอวิซ่า Non-B ณ สถานทูต/สถานกงสุลไทยในต่างประเทศ
- ▶ 5. สถานทูต/สถานกงสุลไทยในต่างประเทศออกวิซ่า Non-B ให้ผู้เชี่ยวชาญ
- ▶ 6. บริษัทยื่นแบบฟอร์ม กทท. 02 และ กทท. 03 ขอนำเข้าผู้เชี่ยวชาญเพื่อกระทำการที่จะเป็นประโยชน์ต่อการลงทุน
- ▶ 7. SIC อนุมัติและแจ้งบริษัท/กรมการจัดหางาน/สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (2 วันทำการ)
- ▶ 8. และ 9. ผู้เชี่ยวชาญยื่นขอใบอนุญาตทำงานและแสดงตัวขอขยายเวลาวีซ่าที่ศูนย์บริการวิซ่าและใบอนุญาตทำงานภายใน 15 วัน นับจากวันที่อนุมัติ (3 ชั่วโมง)

ศูนย์ SIC นับเป็นจุดเริ่มต้นในการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการบุคลากรที่มีทักษะความสามารถเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของคนที่มีความสามารถภายในประเทศ เป็นบริการใหม่ของบีไอโอที่จะมีส่วนช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่จำเป็นสำหรับการก้าวไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้

**การขออนุญาตนำเข้า
ผู้เชี่ยวชาญต่างชาติที่ผ่านการรับรอง
สำหรับผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน
(ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561)**



- ▶ 1. บริษัทยื่นคำร้องเพื่อขอความร่วมมือประทับตราวิซ่า
- ▶ 2. SIC ออกหนังสือขอความร่วมมือประทับตราวิซ่าให้บริษัท (1 วันทำการ)
- ▶ 3. บริษัทส่งหนังสือขอความร่วมมือประทับตราวิซ่าให้ผู้เชี่ยวชาญ
- ▶ 4. ผู้เชี่ยวชาญยื่นขอวิซ่า Non-B ณ สถานทูต/สถานกงสุลไทยในต่างประเทศ
- ▶ 5. สถานทูต/สถานกงสุลไทยในต่างประเทศออกวิซ่า Non-B ให้ผู้เชี่ยวชาญ
- ▶ 6. บริษัทยื่นคำร้องขอนำเข้าผู้เชี่ยวชาญ เพื่อกระทำการที่จะเป็นประโยชน์ต่อการลงทุน
- ▶ 7. SIC อนุมัติและแจ้งบริษัท พร้อมทั้งส่งต่อคำร้องไปกรมการจัดหางาน/สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อขออนุมัติ (2 วันทำการ)
- ▶ 8. และ 9. ผู้เชี่ยวชาญแสดงตัวเพื่อรับใบอนุญาตทำงานและขยายเวลาวีซ่าที่ศูนย์บริการวิซ่าและใบอนุญาตทำงาน ภายใน 15 วัน นับจากวันที่อนุมัติ (3 ชั่วโมง)

ดังนั้นความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนนี้ คือ “หัวใจสำคัญ” ที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จของการขับเคลื่อนประเทศไทยให้ก้าวไปสู่ “Thailand 4.0” อันจะนำไปสู่การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่อไป



BUILD

Roadshow MTA VIETNAM 2017 ครั้งที่ 15

ณ กรุงโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม
วันที่ 4 - 7 กรกฎาคม 2560



กลุ่มพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี (BUILD) เดินหน้าจัดกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงการลงทุน ระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง

ที่ผ่านมา กลุ่ม BUILD ได้นำกลุ่มผู้ประกอบการไทยไปศึกษาสู่ทางการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งกลุ่มประเทศอาเซียน สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม ซึ่งล่าสุด กลุ่ม BUILD มีการจัดกิจกรรมใหญ่ คือ การออกบูธแสดงสินค้าของผู้ประกอบการไทย ภายในงาน MTA VIETNAM 2017 ครั้งที่ 15 โดยกลุ่ม BUILD และสมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย (Thai Subcontracting Promotion Association) ได้ร่วมกันจัดกิจกรรมออกบูธเพื่อแสดงสินค้าในต่างประเทศของผู้ประกอบการไทย ณ กรุงโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม เมื่อวันที่ 4 - 7 กรกฎาคม 2560 ที่ผ่านมา ภายในงานมีการจัดการแสดงสินค้าจากผู้ประกอบการ 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. กลุ่มโลหะ และชิ้นส่วนโลหะ
2. กลุ่มชิ้นส่วนไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์
3. กลุ่มงานวิศวกรรม และเครื่องจักรกล

ทั้งนี้ มีประเทศที่เข้าร่วมงานทั้งหมด 24 ประเทศ รวมทั้งสิ้นกว่า 420 บริษัท ในจำนวนนั้นเป็นผู้ประกอบการไทยที่ร่วมออกบูธจำนวน 14 บริษัท โดยมีมูลค่าการซื้อขายของผู้ประกอบการไทยรวมทั้งสิ้นกว่า 890 ล้านบาท ซึ่งสร้างความสำเร็จให้กับผู้ประกอบการไทยที่ไปออกบูธเป็นจำนวนมาก

CONTACT



สำหรับกิจกรรมดี ๆ แบบนี้สามารถติดตามและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

เว็บไซต์ <http://build.boi.go.th>

สำหรับข้อมูลภาพรวมประเทศเวียดนาม ปัจจุบันจีดีพีของประเทศเวียดนามปี 2560 ขยายตัวมากกว่าร้อยละ 6.21 ขนาดของจีดีพีมากกว่า 70 แส่นล้านบาท จุดแข็งของประเทศเวียดนามคือ การมีต้นทุนการผลิตที่น่าสนใจ มีทรัพยากรแรงงาน อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ การเมืองมีความมั่นคง และมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจอาเซียน

ส่วนทางการค้าของไทยกับเวียดนามนั้น ปัจจุบันมูลค่าการค้าอยู่ที่ 45 หมื่นล้านบาท หากเปรียบเทียบประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนแล้ว ไทยเป็นคู่ค้าอันดับ 2 ของเวียดนาม สำหรับธุรกิจที่เวียดนามสนับสนุนให้ไทยมาลงทุน ได้แก่

1. อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วน
2. การเกษตรและการแปรรูปอาหาร
3. พลังงานและสิ่งแวดล้อม

ทำให้มีโอกาสที่ธุรกิจไทยสามารถมาลงทุนที่ประเทศเวียดนามได้ อุตสาหกรรมที่ไทยควรลงทุนมากที่สุดคือ กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ เนื่องจากประเทศเวียดนามมีการใช้รถจักรยานยนต์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนครโฮจิมินห์ เมืองหลวงของประเทศเวียดนาม ที่มีประชากรประมาณร้อยละ 7.5 ของประเทศ ส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ โดยบริษัทไทยที่ไปออกบูธได้รับความสนใจอย่างมากคือ บริษัท เอส ซี ซี เทค และบริษัท นำยางอุตสาหกรรมเคมี จำกัด

ภาพบรรยากาศในงาน MTA VIETNAM 2017



ดังนั้นจึงเหมาะกับผู้ประกอบการไทยที่ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์เพื่อเพิ่มโอกาสการส่งออกชิ้นส่วนอุตสาหกรรมไทยไปยังต่างประเทศ และเพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้มีเวทีเจรจาธุรกิจ

โครงการอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน

เดือนกรกฎาคม 2560

1

หมวด 1 เกษตรกรรม และผลิตผลทางการเกษตร

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	ผู้ลงทุน	ที่ตั้ง
1	เคนมิน ฟู้ดส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	เส้นหมี่	1.17	ไทย - ญี่ปุ่น	ชลบุรี
2	ปามิรา นิวทริชั่นแนล โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูป เช่น ซีเรียลจากข้าวผสมผลไม้	1.17	ไทย	นนทบุรี
3	สุพรรณคิวดู๊ดส์ จำกัด	อาหารพร้อมรับประทาน บรรจุภาชนะพนิ๊ก	1.17	ไทย	สุพรรณบุรี
4	ที คิว อินดัสทรีสตาร์ช จำกัด	ก๊าซชีวภาพ (BIOGAS)	1.16.2	ไทย	สระแก้ว
5	โชคสมุทรมารีน จำกัด	สัตว์น้ำแช่แข็ง	1.17	ไทย	สมุทรสาคร
6	ตะนาวศรี กรีนฟู้ด จำกัด	อาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป จากเนื้อสัตว์แช่แข็ง	1.17	ไทย	นครปฐม
7	นายสมชาย เลิศขจรกิตติ	ผลิตภัณฑ์จากยางพารา เช่น ยางรองกันกระแทก ยางปาดน้ำ และจุกยาง	1.14.2	ไทย	ฉะเชิงเทรา
8	เซาท์แลนด์ลาเท็กซ์ จำกัด	น้ำยางข้น (CONCENTRATED LATEX) และสกินลัมพ์ (SKIM LUMP)	1.14.1	ไทย	ระยอง
9	MR. JITENDRA BOHRA	น้ำมันรำข้าวบริสุทธิ์	1.10	อินเดีย	พิจิตร
10	ส.กิจชัย เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)	แผ่นใยไม้อัด ความหนาแน่นปานกลาง (MEDIUM DENSITY FIBERBOARD)	1.15	ไทย	ระยอง
11	นอร์ทเทิร์น ไบโอดีส์ จำกัด	ก๊าซชีวภาพ และไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ	1.16.2 และ 7.1.1.2	ไทย - ฟินแลนด์	นครราชสีมา
12	อุตสาหกรรมพันท้ายนรสิงห์ สินค้าพื้นเมือง จำกัด	สิ่งปรุงแต่งอาหาร	1.17	ไทย	สมุทรสาคร
13	ไทยฟู้ดส์ เพอร์เธอร์ จำกัด	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อไก่แช่แข็ง	1.17	ไทย	กาญจนบุรี
14	เซาท์แลนด์รีซอร์ซ (ชุมพร) จำกัด	ยางแท่ง (BLOCKED RUBBER) และยางผสม (COMPOUNDED RUBBER)	1.14.1	ไทย	พระนครศรีอยุธยา
15	เซ็นทาโกฟาร์ม จำกัด	ลูกไก่	1.5	ไทย	พระนครศรีอยุธยา

2
หมวด 2 เหมืองแร่ เซรามิก และโลหะขั้นมูลฐาน

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	ผู้ร่วมทุน	ที่ตั้ง
1	ราชาเซรามิก จำกัด	ผลิตภัณฑ์เซรามิก (ยกเว้น EARTHEN WARE)	2.4.3	ไทย - ไต้หวัน	ราชบุรี
2	เดลต้า ไทย เมทัล จำกัด	ลวดเหล็ก	2.9.3	ไทย	สมุทรปราการ
3	เอ็ม.เอ็น.ที. จำกัด	ชิ้นส่วนเหล็กหล่อ	2.13.2	ไทย - ญี่ปุ่น	ไม่ระบุที่ตั้ง
4	สยามแผ่นเหล็กวิลาส จำกัด	เหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบตีบุก	2.9.5	ไทย - ญี่ปุ่น	ระยอง
5	MR. CHENG YU-HUNG	ลวดเหล็ก (STEEL WIRE)	2.9.3	ไต้หวัน - จีน	ฉะเชิงเทรา
6	ราชาตัน ไทย ไวร จำกัด	TYRE BEAD WIRE	2.9.1	อินเดีย	ราชบุรี

3
หมวด 3 อุตสาหกรรมเบา

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	ผู้ร่วมทุน	ที่ตั้ง
1	MR. AXEL LUKASSEN	จักรยาน และชิ้นส่วนจักรยาน เช่น FRAME, HANDLEBAR	3.4	เนเธอร์แลนด์	ฉะเชิงเทรา
2	แทร์กซ์ อินเตอร์เทค จำกัด	เครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อ เสื้อแจ็กเก็ต และกางเกง	3.1.4	ไทย	ร้อยเอ็ด
3	ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน)	กระเป๋ามาจากหนังสัตว์หรือหนังเทียม	3.3	ไทย - ญี่ปุ่น	ตาก
4	อุตสาหกรรมรามาทেকซ์ไทล์ (1988) จำกัด	เส้นด้ายย้อมสี (YARN DYED)	3.1.3	ไทย	สมุทรปราการ
5	ชายนันท์ โกลด์ จำกัด	เครื่องประดับ	3.8	ไทย	ปทุมธานี

4
หมวด 4 ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	ผู้ร่วมทุน	ที่ตั้ง
1	นาย Yang Xiaofeng	ลูกกลิ้งพิมพ์หลายหรืออัดลาย (PRINTING ROLLER)	4.5.2	จีน	สมุทรสาคร
2	สแตนดาร์ด ยูนิคส์ ซัพพลาย (ไทยแลนด์) จำกัด	ชิ้นส่วนเหล็กหล่อ และชิ้นส่วนเหล็กกลึงแต่ง (MACHINING) ที่หล่อขึ้นรูปเอง	4.1.1	ญี่ปุ่น - สิงคโปร์	ลำพูน
3	พูนทรัพย์แคน จำกัด	ตัวกระป๋องชนิด 2 ชั้น ฝากระป๋อง และฝากระป๋องชนิดดิงเป็ด	4.1.3	ไทย	สมุทรสาคร
4	เอ็ม.ไอ.ที. พรินซ์ชั่น จำกัด	เครื่องจักรและอุปกรณ์ เช่น CONVEYOR และชิ้นส่วนเครื่องจักร	4.5.2	ไทย	ปทุมธานี
5	MR. WU PO YI	ชิ้นส่วนเครื่องจักร เช่น BODY COVER และ MACHANICAL PART	4.5.2	ไต้หวัน	ชลบุรี
6	MR. YAO CHIN CHEN	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น TERMINAL LUG	4.1.3	เซเชลส์ - ไต้หวัน	ฉะเชิงเทรา
7	อาซาฮี เทค (ไทยแลนด์) จำกัด	ชิ้นส่วนเครื่องจักร เช่น FRAME, PLATE และ COVER	4.5.2	ญี่ปุ่น	ฉะเชิงเทรา



ภาวะส่งเสริมการลงทุน

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	ผู้ร่วมทุน	ที่ตั้ง
8	ซีโรอิซี ออโต้ โปรไฟล์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น ยางขอบกระจก และยางขอบประตู	4.8.17	ญี่ปุ่น	สมุทรปราการ
9	นางสาวสิริกร ประทุมทิพย์	แม่พิมพ์ การซ่อมแซมแม่พิมพ์ที่ผลิตเอง และชิ้นส่วนเครื่องจักร	4.5.2	ไทย - เดนมาร์ก	อุดรธานี
10	MR. BERNARD HARTLEY BRUSSOW	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น STEEL BRACKETRS	4.8.17	ไทย - ออสเตรเลีย	ระยอง
11	ไทรอัมพ์ มอเตอร์ไซเคิลส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ประกอบรถจักรยานยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบตั้งแต่ 500 ซีซี ขึ้นไป	4.12	อังกฤษ	ชลบุรี
12	โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด	รถยนต์ไฟฟ้าแบบผสม (HYBRID ELECTRIC VEHICLES - HEV) แบตเตอรี่สำหรับรถยนต์ไฟฟ้า และชิ้นส่วนยานพาหนะ	4.16	ญี่ปุ่น - ไทย	ฉะเชิงเทรา

5

หมวด 5 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	ผู้ร่วมทุน	ที่ตั้ง
1	MR. TSUBASA HOSHINO	ซอฟต์แวร์	5.7	ไทย	กรุงเทพฯ
2	โมบิลิตีส์ (ประเทศไทย) จำกัด	ซอฟต์แวร์	5.7	ไทย - สวิตเซอร์แลนด์	เชียงใหม่
3	เอนโทรนิกา จำกัด	ซอฟต์แวร์	5.7	ไทย	กรุงเทพฯ
4	อภินิมมินา จำกัด	ซอฟต์แวร์	5.7	ไทย	สมุทรปราการ
5	นางสาวอานดา พฤติอาจกูร	ซอฟต์แวร์	5.7	ไทย	กรุงเทพฯ
6	นายศมน คุ้มธรรมพินิจ	ซอฟต์แวร์	5.7	ไทย - สิงคโปร์	กรุงเทพฯ
7	นางสาวอุษา มั่งมี	ซอฟต์แวร์	5.7	ไทย - สวีเดน	กรุงเทพฯ
8	MR. JOCHEN PETER MARTIN RUSTEBERG	ซอฟต์แวร์	5.7	เยอรมนี	กรุงเทพฯ
9	โตโย อิเล็กทรอนิกส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ชิ้นส่วนสำหรับอุปกรณ์โทรคมนาคมแบบใยแก้วนำแสง	5.4.3.1	ญี่ปุ่น	ชลบุรี
10	ซินเนเจอร์ เทคโนโลยี จำกัด	ซอฟต์แวร์	5.7	ไทย	กรุงเทพฯ
11	นาสเกต รีเทล จำกัด	การออกแบบทางอิเล็กทรอนิกส์ (ELECTRONIC DESIGN) และผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องจากการออกแบบทางอิเล็กทรอนิกส์	5.6.2	ไทย	กรุงเทพฯ
12	MR. OLIVIER FRANCOIS PIERRE CHARNOZ	ซอฟต์แวร์	5.7	สิงคโปร์	กรุงเทพฯ
13	แอ็คเคาท์ติ้ง ทรานส์ฟอร์เมชันส์ จำกัด	ซอฟต์แวร์	5.7	ไทย	กรุงเทพฯ
14	อินทริซิกตี้ จำกัด	ซอฟต์แวร์	5.7	สิงคโปร์	กรุงเทพฯ
15	ลำพูน ชิงเดนเกิน จำกัด	ชิ้นส่วน ELECTRONIC CONTROL AND MEASUREMENT สำหรับยานพาหนะ	5.4.4	ญี่ปุ่น	ลำพูน
16	ไต่กัน คอมเพรสเซอร์ อินดัสทรีส์ จำกัด	คอมเพรสเซอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ และชิ้นส่วนพลาสติกของคอมเพรสเซอร์	5.2.3 และ 5.2.5	ญี่ปุ่น	ระยอง
17	เอสซี วาโด จำกัด	ชิ้นส่วนสำหรับ HARD DISK DRIVE	5.4.6.3	ไทย	ชลบุรี

6
หมวด 6 เคมีภัณฑ์ พลาสติก และกระดาษ

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	ผู้ลงทุน	ที่ตั้ง
1	คอลเกต-ปาล์มโอเล็ฟ (ประเทศไทย) จำกัด	สิ่งปรุงแต่งสำหรับประติณร่างกาย	6.9	สหรัฐฯ	ชลบุรี
2	ซีซีแอล ลาเบล (ไทย) จำกัด	ฉลากสินค้าพิมพ์ดิจิทัล (DIGITAL PRINTED LABEL)	6.14.1	แคนาดา - อังกฤษ	ฉะเชิงเทรา
3	นิปปอน สตีล แอนด์ ซุมิกิน แมททีเรียล (ไทยแลนด์) จำกัด	CARBON FIBER REINFORCED PLASTIC PRODUCT	6.6	ญี่ปุ่น	ชลบุรี
4	คอมฟอร์ม จำกัด	สิ่งพิมพ์ทั่วไป	6.14.2	ไทย	ปราจีนบุรี
5	ไทยเพ็ลท์ จำกัด	SOUND INSULATION MOLDING SHEET	6.6	ไทย - ญี่ปุ่น	ชลบุรี
6	ฟูคูอิ คาเซอิ (ประเทศไทย) จำกัด	แผ่นยางสังเคราะห์	6.6	ญี่ปุ่น	ชลบุรี
7	นายเขา หลิน เจ้า	ROASTED MOLYBDENUM CONCENTRATES และ AMMONIUM PERRHENATE	6.1	จีน - อิสราเอล	ฉะเชิงเทรา
8	คิมแพ็ค จำกัด	สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพลาสติกพิมพ์ลวดลาย	6.14.2	ไทย	ฉะเชิงเทรา
9	ดาราเม็ค (ประเทศไทย) จำกัด	แผ่นพลาสติก สำหรับกันไอน้ำในแบตเตอรี่	6.6	เยอรมนี	ปราจีนบุรี
10	อิคโซ่ โนเบล เพ้นท์ส (ประเทศไทย) จำกัด	สีผง (POWDER COATING)	6.1	เนเธอร์แลนด์	ชลบุรี
11	ทีติก เซาท์ จำกัด	UREA FORMALDEHYDE RESIN	6.1	ไทย - ไต้หวัน	สงขลา
12	นายพิฑูร กอเทพวัลย์	2-CHLORO-5-CHLOROMETHYL PYRIDINE (CCMP)	6.1	ไทย - จีน	เพชรบุรี

7
หมวด 7 บริการ และสาธารณูปโภค

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	ผู้ลงทุน	ที่ตั้ง
1	โกลบอลโซเอ็นทิคเคอร์วิสเซส จำกัด	บริการทดสอบทางวิทยาศาสตร์	7.14	ไทย	สมุทรปราการ
2	ซีพี ฟู๊ดแล็บ จำกัด	วิจัยและพัฒนา และบริการทดสอบทางวิทยาศาสตร์	7.11 และ 7.14	ไทย	ปทุมธานี
3	อาร์วาดี เซอร์วิสเซส (ประเทศไทย) จำกัด	ศูนย์กระจายสินค้าด้วยระบบที่ทันสมัย	7.4.1	ไทย - เยอรมนี	กรุงเทพฯ
4	นิปปอน เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด	สำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ	7.5	ไทย	กรุงเทพฯ
5	เอกเซนเซอร์โซลูชันส์ จำกัด	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.7	ไทย - เนเธอร์แลนด์	กรุงเทพฯ
6	อาร์ไอแอล 1996 จำกัด	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1.1.2	ไทย	ระยอง
7	บ้านปู อินฟิเนอร์จี จำกัด	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1.1.2	ไทย	ระยอง
8	ห้องหนัง โฮลดีงส์ จำกัด	โรงแรม	7.23.1	อังกฤษ	สุราษฎร์ธานี
9	ซัง มูน ดิง จำกัด	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	เกาหลีใต้	สมุทรปราการ
10	ฟูคูชิมะ อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	ญี่ปุ่น	ระยอง



ภาวะส่งเสริมการลงทุน

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	ผู้ร่วมทุน	ที่ตั้ง
11	ซีแอนด์เอ็น อินเตอร์มารีนแท็งค์เกอร์ จำกัด	ขนส่งทางเรือ	7.3.3	ไทย	ไม่ระบุที่ตั้ง
12	ไบโอกรีน พาวเวอร์ จำกัด	ไอน้ำ	7.1.2	ไทย	ขอนแก่น
13	เมลโค โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด	สำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ	7.5	ญี่ปุ่น	กรุงเทพฯ
14	โกลเด็นท์ โลม เอ็นจิเนียริง จำกัด	บริการออกแบบทางวิศวกรรม	7.13	ไทย - อินเดีย	นนทบุรี
15	ยามากูจิ เอ็มเอฟจี (ไทยแลนด์) จำกัด	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	ไทย - ญี่ปุ่น	ชลบุรี
16	อนุรักษ์พลังงานซิเมนต์ไทย จำกัด	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	7.1.1.2	ไทย	นครศรีธรรมราช
17	เวทโปรดักส์ รีเซิร์ช แอนด์ อินโนเวชัน เซ็นเตอร์ จำกัด	วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์ เช่น เวชภัณฑ์ สารเสริมอาหาร และสารทดแทนยา	7.1.1.2	ไทย	ปทุมธานี
18	MR. MASSIMO VITA	สำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ	7.5	เนเธอร์แลนด์ - อิตาลี	กรุงเทพฯ
19	เกมส์ (ประเทศไทย) จำกัด	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	เนเธอร์แลนด์	กรุงเทพฯ
20	อินซ์เคป (ประเทศไทย) จำกัด	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	เนเธอร์แลนด์	กรุงเทพฯ
21	MR. ANTHONY YOHANN GRANDPIERRE	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	เยอรมนี	กรุงเทพฯ
22	อายโนะโมะไตชะ (ประเทศไทย) จำกัด	สำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ	7.5	ญี่ปุ่น	กรุงเทพฯ
23	ไทย รีเบิร์ต จำกัด	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	ญี่ปุ่น	ชลบุรี
24	โอซูง่า นิวทราซูติคอล (ประเทศไทย) จำกัด	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.7	ญี่ปุ่น	กรุงเทพฯ
25	DR. KLAUS DIETER SAPETSCHNIG	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.7	ออสเตรีย	กรุงเทพฯ
26	เอ็นเทอร์เพรนเนอร์ส รีเสิร์ช เซ็นเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	โรงแรม	7.23.1	สิงคโปร์	เชียงใหม่
27	เอส ซี จี โลจิสติกส์ จำกัด	ขนส่งทางเรือ	7.3.3	ไทย	ไม่ระบุที่ตั้ง
28	ดับเบิลยู ทู อี จำกัด	ไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงชีวมวล	7.1.1.2	ไทย - มาเลเซีย	ประจวบคีรีขันธ์
29	เอสเอ็มที โบไอแมส จำกัด	ไฟฟ้าจากชีวมวล	7.1.1.2	ไทย	ลพบุรี
30	โรงไฟฟ้าน้ำตาลขอนแก่น จำกัด	ไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงชีวมวล ไอน้ำ และน้ำเพื่ออุตสาหกรรม	7.1.1.2 และ 7.1.2	ไทย	เลย
31	คาทูน นาที เซอร์วิสเฮส (ประเทศไทย) จำกัด (โครงการที่ 1)	ศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศด้วยระบบที่ทันสมัย	7.4.2	สิงคโปร์ - เบลเยียม	ระยอง
32	คาทูน นาที เซอร์วิสเฮส (ประเทศไทย) จำกัด (โครงการที่ 2)	ศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศด้วยระบบที่ทันสมัย	7.4.2	สิงคโปร์ - เบลเยียม	ระยอง
33	อู่ทอง พลาสมา เอ็นเนอร์ยี จำกัด	ไฟฟ้าจากขยะมูลฝอย	7.1.1.1	ไทย - อังกฤษ	สุพรรณบุรี
34	ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	ขนส่งทางรางในโครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (สายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย) ช่วงหัวลำโพง-บางซื่อ และบางซื่อ-ท่าพระ ระยะทางรวม 27 กิโลเมตร	7.3.1	ไทย - ต่างชาติ	กรุงเทพฯ
35	นอร์ทเทิร์น บางกอกโมโนเรล จำกัด	ขนส่งทางราง (โครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู) ช่วงแคราย - มีนบุรี	7.3.1	ไทย	กรุงเทพฯ
36	อีสเทิร์น บางกอกโมโนเรล จำกัด	ขนส่งทางราง (โครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง) ช่วงลาดพร้าว - สำโรง	7.3.1	ไทย	กรุงเทพฯ

ขอบคุณ... ที่ติดตามกันมาตลอด 28 ปี

เร็วๆ นี้ เตรียมพบกับ
“วารสารส่งเสริมการลงทุน”
รูปแบบใหม่ e-Journal



คิดถึงการลงทุน คิดถึง

บีไอไอ

▪ สำนักงานในประเทศ ▪

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 1 (เชียงใหม่)
ห้อง 108 - 110 อาคารแอร์พอร์ต บีซิเนส ปาร์ค
เลขที่ 90 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ 50100
โทรศัพท์ 0 5329 4100
โทรสาร 0 5329 4199
อีเมล : chmai@boi.go.th

(พิษณุโลก)
59/15 อาคารไทยศิวัฒน์ ชั้น 3
ถนนบรมไตรโลกนาถ 2 ตำบลในเมือง
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000
โทรศัพท์ 0 5524 8111 โทรสาร 0 5524 8777
อีเมล : phitsanulok@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 2 (นครราชสีมา)
2112/22 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา 30000
โทรศัพท์ 0 4438 4200 โทรสาร 0 4438 4299
อีเมล : korat@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 3 (ขอนแก่น)
177/54 หมู่ 17 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
โทรศัพท์ 0 4327 1300 - 2 โทรสาร 0 4327 1303
อีเมล : khonkaen@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4 (ชลบุรี)
46 หมู่ 5 นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง
ถนนสุขุมวิท ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา
จังหวัดชลบุรี 20230
โทรศัพท์ 0 3840 4900
โทรสาร 0 3840 4997 - 9
อีเมล : chonburi@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 5 (สงขลา)
7 - 15 อาคารไชยงค์ ถนนจุกูอิทิส 1
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
โทรศัพท์ 0 7458 4500
โทรสาร 0 7458 4599
อีเมล : songkhla@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 6 (สุราษฎร์ธานี)
49/21 - 22 ถนนศรีวิชัย ตำบลมะขามเตี้ย
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ 0 7740 4600
โทรสาร 0 7740 4699
อีเมล : surat@boi.go.th

▪ หน่วยงานบริการอื่นๆ ▪

ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน
อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 18 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์ 0 2209 1100 โทรสาร 0 2209 1199
อีเมล : osos@boi.go.th เว็บไซต์ : osos.boi.go.th

ศูนย์บริการวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน
อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 18 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์ 0 2209 1100 โทรสาร 0 2209 1194 อีเมล : visawork@boi.go.th
เว็บไซต์ : www.boi.go.th

▪ สำนักงานในต่างประเทศ ▪

BEIJING : Thailand Board of Investment Beijing Office
Royal Thai Embassy, No.21 Guang Hua Road.,
Chaoyang District, Beijing 100600 P.R.C.
Tel : +86-10-8531-8756 Fax : +86-10-8531-8758 Email : beijing@boi.go.th

FRANKFURT : Thailand Board of Investment Frankfurt Office
Investment Section, Royal Thai Consulate-General
Bethmannstr 58, 5.OG 60311 Frankfurt am Main, Federal Republic of Germany
Tel : +49 (069) 9291 230 Fax : +49 (069) 92 91 2320 Email : fra@boi.go.th

GUANGZHOU : Thailand Board of Investment, Guangzhou Office
Investment Promotion Section, Royal Thai Consulate-General, Guangzhou
No.36 Youhe Road, Haizhu District, Guangzhou, P.R.C. 510310
Tel : +86-20-8385-8988 Ext. 220-225, +86-20-8387-7770 (Direct Line)
Fax : +86-20-8387-2700 Email : guangzhou@boi.go.th

LOS ANGELES : Thailand Board of Investment Los Angeles Office
Royal Thai Consulate-General, 611 North Larchmont Boulevard,
3rd Floor, Los Angeles, CA 90004, U.S.A.
Tel : +1 (0)-323-960-1199 Fax : +1 (0)-323-960-1190 Email : boila@boi.go.th

MUMBAI : Thailand Board of Investment, Mumbai Office
Express Tower, 12th Floor, Barrister Rajni Patel Marg,
Nariman Point, Mumbai, Maharashtra 400021
Tel : +(91 22) 2204 1589-90, Fax : +(91 22) 2282 1525 Email: mumbai@boi.go.th

NEW YORK : Thailand Board of Investment, New York Office
7 World Trade Center, 34th Floor, Suite F, 250 Greenwich Street, New York,
New York 10007 U.S.A.
Tel : +1 (0) 212 422 9009 Fax : +1 (0) 212 422 9119 Email : nyc@boi.go.th
Website : www.thinkasiainvestthailand.com

OSAKA : Thailand Board of Investment, Osaka Office
Royal Thai Consulate-General, Bangkok Bank Building, 7th Floor,
1-9-16 Kyutaro-Machi, Chuo-Ku, Osaka 541-0056 Japan
Tel : +81 (0) 6-6271-1395 Fax : +81 (0) 6-6271-1394 Email : osaka@boi.go.th

PARIS : Thailand Board of Investment Paris Office
Ambassade Royale de Thaïlande 8, Rue Greuze 75116 Paris, France
Tel : +(33-1) 56 90 26 00 Fax : +(33-1) 56 90 26 02 Email : par@boi.go.th

SEOUL : Thailand Board of Investment, Seoul Office
#1804, 18th Floor, Daeyeongak Center,
97, Toegye-Ro, Jung-gu, Seoul, 100-706, Korea
Tel : +82-2-319-9998 Fax : +82-2-319-9997 Email : seoul@boi.go.th

SHANGHAI : Thailand Board of Investment Shanghai Office
Royal Thai Consulate-General, 2nd Floor,
18 Wanshan Road, Changning District, Shanghai, 200336 P.R.C.
Tel : +86-21-5260-9876 Fax : +86-21-5260-9873 Email : shanghai@boi.go.th

STOCKHOLM : Thailand Board of Investment, Sweden Office
Stureplan 4C 4th Floor 114 35 Stockholm, Sweden
Tel : +46 8 463 1158, +46 8 463 1172, Fax : +46 8 463 11 60
Email : stockholm@boi.go.th

SYDNEY : Thailand Board of Investment, Sydney Office
234 George Street, Sydney, Suite 101, Level 1, New South Wales 2000, Australia
Tel : +61 2 9252 4884, Fax : +61 2 9252 4882 Email : sydney@boi.go.th

TAIPEI : Thailand Board of Investment Taipei Office
Taipei World Trade Center 3rd Floor, Room 3E 39-40,
No.5, Xin-Yi Road, Sec.5 Taipei 110, Taiwan, R.O.C.
Tel : +88 6 2 2345 6663 Fax : +88 6 2 2345 9223 Email : taipei@boi.go.th

TOKYO : Thailand Board of Investment Tokyo Office
Royal Thai Embassy, 8th Floor., Fukuda Building West,
2-11-3 Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107-0052 Japan
Tel : +81 (0) 3-3582-1806 Fax : +81 (0) 3 3589 5176 Email : tyo@boi.go.th

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 0 2553 8111 โทรสาร 0 2553 8222
อีเมล : head@boi.go.th เว็บไซต์ : www.boi.go.th

BOI Application: BOI Thailand

