



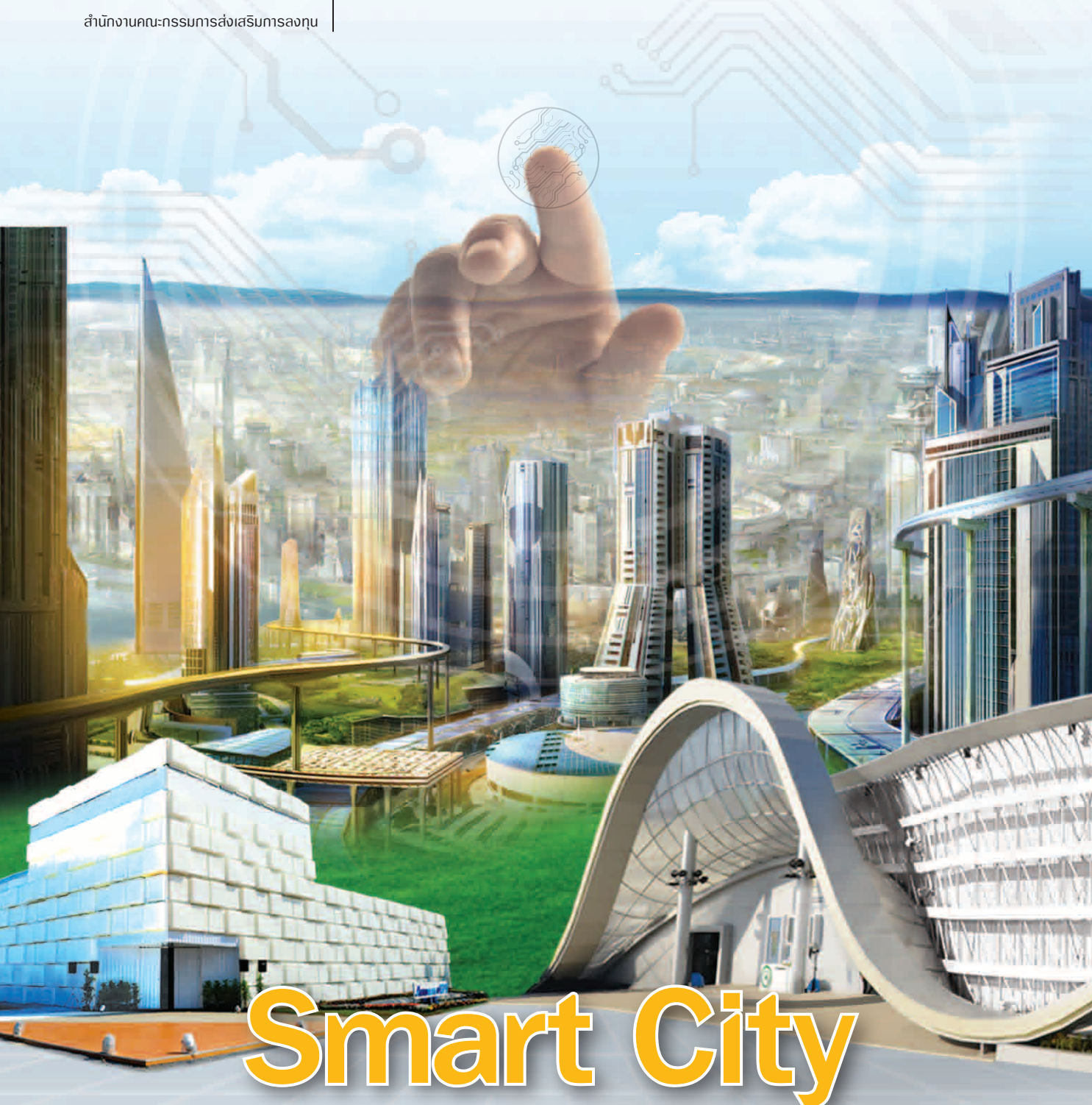
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ว าร ส าร ส

ปีที่ 26 ฉบับที่ 5 พฤษภาคม 2558 ♦ www.boi.go.th

ส่งเสริมการลงทุน

INVESTMENT PROMOTION JOURNAL



Smart City

ทางเลือกที่คุ้มค่า สำหรับนักลงทุน

เมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ SMART ECO INDUSTRIAL TOWN

ให้การตัดสินใจวันนี้ เป็นการเลือกสิ่งที่มีค่าที่สุด ในการดำเนินธุรกิจในระยะยาวเลือกลงทุนในเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ Smart Eco Industrial Town ภายใต้ความดูแลของ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ที่มุ่งมั่นพัฒนา และยกระดับให้นิคมอุตสาหกรรมเป็นสถานที่ที่เหมาะสมกับการจัดตั้งโรงงานสำหรับนักลงทุน ช่วยลดรายจ่ายในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มผลกำไร ทั้งยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และชุมชน ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท นอกจากนี้ กนอ. ยังมีนวัตกรรมที่ทันสมัย การบริการให้คำปรึกษาและ สิทธิพิเศษต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักลงทุน ได้อย่างครบครัน ลดความเสี่ยงจากการดำเนินงานนอกนิคมฯ เพื่ออนาคตที่มั่นคงของธุรกิจอย่างแท้จริง



คุ้มค่าด้วยสิทธิประโยชน์และการบริหารจัดการ 5 มิติ

- การวางผังและออกแบบการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ
- รับสิทธิประโยชน์ที่เหนือกว่าด้านภาษี
- ส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า ควบคุมและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การดำเนินการด้านชุมชนสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ลดแรงต่อต้านจากชุมชนโดยรอบ
- การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเป็นระบบ และเพิ่มความสะดวกสบายด้วยบริการ One Stop Service



เมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ
SMART ECO INDUSTRIAL TOWN
พัฒนาก้าวไกล ห่วงใยสิ่งแวดล้อม

ติดต่อรายละเอียดเพิ่มเติมที่ <http://www.ieat.go.th> โทร. 0 2253 0561



**HI-TECH KABIN
INDUSTRIAL ESTATE**

- EIA Approved
- One Stop Service by IEAT
- Fully Developed
- 100% foreign owned company can own lands.
- Easy procedure to get Visa and Work Permit.
- On sight permission for construction and operation license.
- Zone 3 Best privilege
- Flood Free
- Industry in the midst of nature

Hi-Tech Kabin Industrial Estate

The Only Industrial Estate

Incorporation

with

Industrial Estate Authority Of Thailand

In Prachinburi



Hi-Tech Kabin Logistics Corp., Ltd.

130 - 132 Sindthorn Bldg., Tower 2, 8th Floor, Wireless Road, Bangkok 10330

Tel. 0 - 2651 - 5575 Fax. 0 - 2651 - 5573, E - mail. info@hitechkabin.co.th

โรงงานสำเร็จรูป ขนาด 600 - 1,800 ตร.ม

小規模工場 建売/賃貸 600-1,800 Sqm.

ขาย/เช่า

ติดต่อสอบถาม

คุณเทพฤทธิ์ 02 254 - 4130 - 7

คุณกาญจนา 035 350 - 286



ส่วนหนึ่งของโครงการนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค



“หากดูณิไม่รุ่ง:หันหน้าไปหาใคร”



ICe-Expert

ง่ายสำหรับคุณ...ยื่นขออนุญาตนำเข้าช่างฝีมือและพู่ชำนานการ
ด้วยระบบ e-Expert แบบเบ็ดเสร็จครบวงจร

 0 2936 1429  www.ic.or.th

คุณอภิชาติ ต่อ 314 apichartp@ic.or.th

คุณชลพัชร ต่อ 315 chonlapatchp@ic.or.th



สมาคมสโมสรนักลงทุน
Investor Club Association



คนไทย...ลงทุนที่ไหนก็มั่นใจ
มีไอเอสเอ็มการลงทุนไทยในต่างประเทศ



สนใจไปลงทุนในต่างประเทศ
สามารถติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมจากเรา
กองส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ

โทรศัพท์ : 0 2553 8111 ต่อ 6177, 6245
โทรสาร : 0 2553 8310
Email : toi@boi.go.th



กองบรรณาธิการ

วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 26 ฉบับที่ 5 พฤษภาคม 2558

เจ้าของ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

คณะที่ปรึกษา

นางทริภุญญา	สุจินัย	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน รักษาราชการแทนเลขาธิการฯ
นางสาวอัจฉรินทร์	พัฒนพันธ์ชัย	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน และที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ
นางสาวดวงใจ	อัศวจินตจิตร	รองเลขาธิการฯ
นายโชคดี	แก้วแสง	รองเลขาธิการฯ

กองบรรณาธิการ

นางสาวชุติมา	พุ่มศรีสวัสดิ์	บรรณาธิการบริหาร
นางสาวช่อแก้ว	ประสงค์สม	หัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางสาวสุนันทา	อักษระกิจ	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางสาวจิรพรรณ	การุณจิตร์	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ

คณะทำงานวารสารส่งเสริมการลงทุน

นายยุทธศักดิ์	คณาสวัสดิ์
นางสาวกาญจนา	นพพันธ์
นางสาวพรณี	เชิงสุทธา
นายสุทธิเกดดี	ทัตพิทักษ์กุล
นางสุภาดา	เครีเนตร
นางสาวปิยะวรรณ	ชัยนมาก
นางสาวสุนิดา	ศิริทรัพย์
นายธรรมรัตน์	รัตนพันธ์
นางสาววรรณนิภา	พิภพไชยสิทธิ์
นางอุทัยวรรณ	วัฒนสุวกุล
นางสาวยอดกมล	สุธีรพงษ์
นางสาวนันทนาฏ	กฤษณจินดา
นางสาวสุวิดา	ธัญวรงค์
นายสถาปนา	พรหมบุญ
นางสาววันทนา	ทาดล
นางสาวรัชนิกร	ไพยชานาญ
นางสาวศัลยา	อักษรมัต
นายศรัพันธ์	ยงวัฒนานันท์

กองบรรณาธิการ วารสารส่งเสริมการลงทุน

ศูนย์บริการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

55 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
 โทรศัพท์ : 0 2553 8111 ต่อ 8410 และ 6196
 โทรสาร : 0 2553 8222
 อีเมล : head@boi.go.th
 เว็บไซต์ : www.boi.go.th

ออกแบบและพิมพ์ที่

บริษัท เกรย์ แมทเทอร์ จำกัด

21/61-62 RCA โซน C ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระรามเก้า
 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320
 โทรศัพท์ : 0 2203 1240-7 แฟกซ์ : 0 2641 4211



Smart City หรือ เมืองฉลาด เมืองแห่งเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม เมืองที่มีความปลอดภัย กฎหมายเข้มแข็ง ประชาชนมีจิตสำนึกและคิดถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน เป็นเมืองที่ใครๆ ต่างก็ฝันถึงและอยากให้เกิดขึ้นจริง

การทำให้เมืองน่าอยู่จึงไม่ใช่เพียงการนำสิ่งอำนวยความสะดวกหรือการนำเทคโนโลยีใส่เข้าไป แต่ยังหมายรวมถึงการพัฒนาระดับจิตใจของคนในเมืองด้วย นี่จึงเป็น Smart City อย่างแท้จริง

ปีโอไอในฐานะหน่วยงานให้การส่งเสริมการลงทุน ได้ทำหน้าที่ โดยการให้การส่งเสริมการลงทุนแก่กิจการที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศ กิจการที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และก่อให้เกิดการเรียนรู้ถ่ายทอดเทคโนโลยี มาสู่คนในชาติ ซึ่งเป็นสิ่งที่ปีโอไอสามารถใช้เครื่องมือที่มีอยู่ในการสร้างเมืองไทยให้น่าอยู่ยิ่งขึ้นได้

แต่ถึงอย่างไรก็ตาม การพัฒนาเมืองไม่ใช่เพียงการพัฒนา สิ่งภายนอก แต่หมายรวมถึงสิ่งภายในที่หล่อหลอมให้คนไทยเป็น Smart Human ด้วย หากเราทุกคนร่วมกันสร้างสังคมรอบตัวให้ดี เชื่อว่า จากจุดเล็กๆ จะกระจายเป็นวงใหญ่ และนำไปสู่เมืองน่าอยู่ในท้ายสุด

วารสารส่งเสริมการลงทุน

INVESTMENT PROMOTION JOURNAL

ปีที่ 26 ฉบับที่ 5 พฤษภาคม 2558



สารบัญ CONTENTS

แวดวงบีโอไอ

6 แวดวง “บีโอไอ”

8 โรดโชว์ดึงดูดการลงทุนจากเกาหลีใต้ นักลงทุนสนใจลงทุนระบบรางไทย

Smart City

11 นิคมอุตสาหกรรมอากาศยานในประเทศไทย ก้าวสำคัญสู่ฮับอากาศยานแห่งภูมิภาค

19 บุริรัมย์ ยูโอบีดี อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต (BRIC)

22 พลาสติกชีวภาพ อุตสาหกรรมแห่งอนาคตของไทย

27 ยางพารา ผลิตอะไรได้มากกว่าที่เราคิด

31 ลีค...แต่ไม่ลับ อุตสาหกรรมผลิตจักรยานได้หัววัน



19

36 การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

อัญมณี และเครื่องประดับ

41 โอกาสและความท้าทายในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปี 2558

47 โทบะ...เมืองแห่งไข่มุก

นานาชาติ

50 สิ่งน่ารู้...เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา



11

58 ทำดีได้ดี มาตรการยกเว้นภาษีแก่การลงทุนปรับปรุงการผลิต

ถนนสู่ BUILD

61 เดินสายเชื่อมโยงอุตสาหกรรม “VMC Roadshow” ที่อยุธยา

ภาวะส่งเสริมการลงทุน

63 โครงการอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน



27



8



แควง "บีไอไอ"



1 – 8 มีนาคม 2558

คุณอัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย ที่ปรึกษาด้านการลงทุน บีไอไอ เป็นหัวหน้าคณะเดินทางเพื่อจัดกิจกรรมชักจูงการลงทุน และบรรยาย ในหัวข้อ "Investment Opportunities in Thailand" เพื่อให้ ข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจในประเทศไทย โดยเน้นอุตสาหกรรม เป้าหมาย ได้แก่ ไปโอเทคโนโลยี อุปกรณ์การแพทย์ อิเล็กทรอนิกส์ และซอฟต์แวร์ และพลังงานทดแทน ณ เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา



12 มีนาคม 2558

สำนักตลาดเพื่อการลงทุน บีไอไอ จัดกิจกรรมพบปะนักลงทุน สิงคโปร์ โดยมีหม่อมราชวงศ์ปรีดิยาธร เทวกุล รองนายกรัฐมนตรี และที่ปรึกษาคณะรักษาความสงบแห่งชาติ เป็นประธานเปิดงาน ภายใต้ชื่องาน Business Networking & Dinner Talk on "Thailand as a Trading Hub" ณ โรงแรม แกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ กรุงเทพฯ



23 – 26 มีนาคม 2558

กองส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ บีไอไอ ร่วมกับ สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (TGMA) จัดกิจกรรมศึกษาสู่ทาง และโอกาสการลงทุนอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและสิ่งทอของนักธุรกิจไทย ณ ประเทศเวียดนาม



29 มีนาคม – 3 เมษายน 2558

สำนักพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการลงทุน บีไอไอ และศูนย์เศรษฐกิจ การลงทุนภาคที่ 6 (บีไอไอ สุราษฎร์ธานี) จัดกิจกรรมสร้างเครือข่าย และเพิ่มศักยภาพ SMEs ไทย ให้ได้เห็นพื้นที่/เส้นทางเป้าหมาย ใหม่ๆ สำหรับการค้าการลงทุนที่พร้อมจะเป็นตลาดรองรับสินค้าและ การลงทุนจากไทย เส้นทางอินเดีย-เมียนมา-ไทย (India-Myanmar-Thailand Trilateral Highway) ณ สหภาพเมียนมา และสาธารณรัฐอินเดีย

30 มีนาคม 2558



คุณอัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย ที่ปรึกษาด้านการลงทุน บีโอไอ ร่วมในพิธีเปิดงานโรงงาน ที่อี คอนเน็คทิวตี้ ออโตโมทีฟ ในเครือที่อี คอนเน็คทิวตี้ กรุ๊ป ผู้ผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์จากสหรัฐอเมริกา มูลค่าเงินลงทุน 1,084 ล้านบาท

3 เมษายน 2558



คุณดวงใจ อัครจินตจิตร์ รองเลขาธิการบีโอไอ กล่าวเปิดงานสัมมนา “ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุนใหม่และนโยบายส่งเสริม SMEs” จัดโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานการพาณิชย์ 3 เมษายน 2558 โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ

7 เมษายน 2558



คุณโชคดี แก้วแสง รองเลขาธิการบีโอไอ ให้การต้อนรับคณะเจ้าหน้าที่จากสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบัวโนสไอเรส และสื่อมวลชนจากอาร์เจนตินา พร้อมให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันและสถานะการลงทุนในประเทศไทย ณ ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน (OSOS) บีโอไอ อาคารจัตุรัสจามจุรี

22 - 24 เมษายน 2558



คุณจักรมณฑ์ ผาสุกรวนิช รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม และรองประธานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เป็นหัวหน้าคณะ พร้อมด้วยคุณหิรัญญา สุจินัย ที่ปรึกษาด้านการลงทุน รักษาราชการแทนเลขาธิการบีโอไอ เดินทางไปโรดโชว์ชักจูงการลงทุน ณ ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ซึ่งมีนักลงทุนเกาหลีใต้ให้ความสนใจร่วมฟังการสัมมนากว่า 250 คน



โรคโชว์คั้งการลงทุน จากเกาหลีใต้ นักลงทุนสนใจลงทุนระบบรางไทย

บีไอไอโดยสำนักตลาดเพื่อการลงทุนร่วมกับ บีไอไอ ณ กรุงโซล ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ จัดกิจกรรมชักจูงการลงทุน ภายใต้งานสัมมนา หัวข้อ “ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุนใหม่เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน” เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2558 ณ โรงแรมลีโอเต้ ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยมีคุณจักรมณฑ์ ผาสุกวณิช รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ในฐานะรองประธานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บอร์ดบีไอไอ) นำคณะเดินทางชักจูงการลงทุน

ภายในงานสัมมนา **คุณจักรมณฑ์ ผาสุกวณิช รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม** ได้กล่าวปาฐกถา ในหัวข้อ “เศรษฐกิจไทย : ก้าวต่อไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน” ซึ่งจะมุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นในการให้ความสำคัญกับการลงทุนจากต่างประเทศ และความชัดเจนเรื่อง การเดินทางหน้ากระตุนเศรษฐกิจของรัฐบาลผ่านนโยบายต่างๆ

เช่น การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ การให้สิทธิประโยชน์ ด้านภาษีเพื่อจูงใจนักลงทุนกลุ่มกิจการสำนักงานใหญ่ ข้ามประเทศ หรือ International Headquarters (IHO) และกิจการบริษัทการค้าระหว่างประเทศ หรือ International Trading Centers (ITC)

ด้าน**คุณหิรัญญา สุจินัย** ที่ปรึกษาด้านการลงทุน **รักษาราชการแทนเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน** บรรยายเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการลงทุนตาม ยุทธศาสตร์ใหม่ ระยะ 7 ปี (พ.ศ.2558 - 2564)”



คุณจักรมณฑ์ ผาสุกวณิช
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม



**คุณศิริธัญญา สุจินัย ที่ปรึกษาด้านการลงทุน
รักษาการแทนเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน**

เพื่อชี้แจงให้นักลงทุนเกาหลีทราบถึงการให้สิทธิประโยชน์ตามนโยบายใหม่ ที่เน้นให้ส่งเสริมการลงทุนแก่กิจการที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง กิจการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และกิจการที่สำคัญต่อห่วงโซ่อุตสาหกรรม โดยยกเลิกการให้สิทธิประโยชน์ตามเขตที่ตั้ง นอกจากเขตจังหวัดรายได้น้อย 20 จังหวัด จะได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด

**“การสัมมนาที่มีผู้สนใจ
เข้าร่วมฟังกว่า 250 คน
จากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม
เช่น ไอที พลังงานทดแทน
อิเล็กทรอนิกส์ อาหาร”**

นอกจากนี้คุณวู แทฮี (H.E. Mr. Woo Tae-hee) รองปลัดกระทรวงการค้า อุตสาหกรรม และพลังงาน เกาหลีใต้ ยังร่วมกล่าวต้อนรับ พร้อมการบรรยายพิเศษ จากคุณลี แมนเจ (Mr. Lee ManJae) ประธานหอการค้าไทย - เกาหลี (President of Korean - Thai Chamber of Commerce หรือ KTCC ในหัวข้อ “ประสบการณ์การทำธุรกิจในประเทศไทย” เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักลงทุนเกาหลีที่สนใจลงทุนในประเทศไทย ได้รับฟังประสบการณ์ตรงจากนักลงทุนเกาหลีด้วยกัน

ในช่วงท้ายของการสัมมนา ได้เปิดโอกาสให้นักลงทุนสอบถามข้อข้องใจ ซึ่งนักลงทุนให้ความสนใจซักถามเกี่ยวกับการร่วมทุน รายละเอียดสิทธิประโยชน์ของอุตสาหกรรมไอซีที เขตเศรษฐกิจพิเศษ การถือกรรมสิทธิ์ที่ดินและอสังหาริมทรัพย์

โดยในภาพรวมนักลงทุนเกาหลีได้มีความเข้าใจยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุนใหม่ของบีโอไอมากยิ่งขึ้น และมองเห็นโอกาสในการเข้าสู่ตลาดอาเซียนที่มีประชากรเกือบ 600 ล้านได้ดียิ่งขึ้น การสัมมนามีผู้สนใจเข้าร่วมฟังกว่า 250 คน จากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม เช่น ไอที พลังงานทดแทน อิเล็กทรอนิกส์ อาหาร ยานยนต์ รวมทั้งธุรกิจการค้า

**“เกาหลีได้สนใจเข้าร่วมประชุม
ในโครงการรถไฟความเร็วปานกลาง
ของไทยสายระยะสั้น
คือ กรุงเทพฯ - พัทยา
หรือ กรุงเทพฯ - หัวหิน”**

นอกจากกิจกรรมสัมมนาแล้ว บีโอไอยังจัดกิจกรรมหารือกับบริษัทรายใหญ่ของเกาหลีใต้ เพื่อชักจูงการลงทุนอีกด้วย ซึ่งสรุปผลการชักจูงการลงทุนรายบริษัทคือ นักลงทุนเกาหลีใต้ให้ความสนใจแผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดย



ภายในงานสัมมนา

เฉพาะด้านระบบราง โดยนักลงทุนในอุตสาหกรรมเหล็ก และการผลิตรถไฟของเกาหลีใต้ ซึ่งเกาหลีใต้สนใจเข้าร่วม ประมูลในโครงการรถไฟความเร็วปานกลางของไทย สายระยะสั้น คือ กรุงเทพฯ - พัทยา หรือ กรุงเทพฯ - หัวหิน โดยโครงการรถไฟในไทยหลายโครงการได้เปิด โอกาสให้เอกชนเข้ามาประมูลงาน ซึ่งหากมีผู้เข้าร่วม ประมูลหลายรายก็จะทำให้ประเทศไทยได้ประโยชน์ สามารถคัดเลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมจากหลากหลาย ประเทศได้

นอกจากนี้นักลงทุนเกาหลีใต้ซึ่งมีเทคโนโลยีการ ก่อสร้างขะอุตสาหกรรม เพราะเป็นประเทศที่มีพื้นที่ ขนาดเล็ก จึงจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีการเผาขยะ เป็นหลัก ก็ให้ความสนใจลงทุนในประเทศไทยอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของบีโอไอในการชักจูงให้ต่างชาติ เข้าร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมก่อสร้างขะครบวงจร

นอกจากนี้บีโอไอยังได้จัดกิจกรรมสร้างเครือข่าย กับหน่วยงานต่างๆ ของเกาหลีใต้ โดยมีหน่วยงาน ที่สำคัญเข้าร่วม คือ

1. ASEAN-Korea (AKC) หน่วยงานความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐของประเทศเกาหลีใต้และกลุ่มประเทศ อาเซียน เพื่อแลกเปลี่ยนและส่งเสริมความร่วมมือใน ด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม

2. Hana Financial Group บริษัทด้านการเงิน แห่งแรกของเกาหลีใต้

3. Korea Association of Machinery Industry (KOAMI) หน่วยงานไม่แสวงหากำไร ดำเนินงาน ภายใต้อ.พ.ร.บ. การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องจักร


4. Korea Electrical Manufacturers Association (KOEMA) หน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์

5. Korea New & Renewable Energy Association (KNRE) หน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรม ด้านพลังงาน

6. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) หน่วยงานสนับสนุนการพัฒนา อุตสาหกรรมในประเทศที่มีโอกาสและศักยภาพด้าน อุตสาหกรรม และการค้าในต่างประเทศ

โดยการสร้างเครือข่ายการลงทุนระหว่างหน่วยงาน รัฐบาลของไทยกับหน่วยงานของเกาหลีใต้ จะส่งผลดีต่อการ ประสานงาน การขอความร่วมมือ การช่วยเหลือนักลงทุน ของทั้งไทยและเกาหลีใต้ในอนาคต

การลงทุนของเกาหลีใต้ในไทย

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2555-2557) มีโครงการ ลงทุนจากเกาหลีใต้ที่ให้ความสนใจยื่นขอรับส่งเสริม การลงทุนในประเทศไทยแล้วรวมทั้งสิ้น 164 โครงการ เงินลงทุนรวมกว่า 28,372 ล้านบาท มีผู้ประกอบการ รายใหญ่ เช่น Posco (Thailand) Co., Ltd. และ Thai Samsung Electronics Co., Ltd., เป็นต้น 



กิจกรรมสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานของเกาหลีใต้



ปัจจุบันประเทศไทยเป็นฐานการผลิตสำคัญของโลกในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และยังมีอีกหลายอุตสาหกรรมที่เราจะสามารถก้าวไปสู่การเป็นฐานการผลิตของภูมิภาคและของโลกในอนาคต ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ “อุตสาหกรรมอากาศยาน”

ปัจจัยที่จะสนับสนุนให้ประเทศไทยก้าวไปสู่การเป็นฐานผลิตอุตสาหกรรมอากาศยานมีหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนของภาครัฐ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมการลงทุนด้านอากาศยาน และศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนอากาศยานในไทย รวมถึงแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินของภูมิภาคและความเชื่อมั่นของกลุ่มนักลงทุนในธุรกิจนี้ที่มีต่อประเทศไทย

วารสารส่งเสริมการลงทุนฉบับนี้จึงขอนำเสนอข้อมูลโอกาสของประเทศไทยที่จะก้าวไปสู่การเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมอากาศยาน รวมทั้งการผลักดันให้เกิดนิคมอุตสาหกรรมอากาศยานและศูนย์ซ่อมอากาศยานในประเทศไทย

ความพร้อมของกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนอากาศยานไทย

ปัจจุบันมีบริษัทที่ได้รับส่งเสริมเพื่อผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและซ่อมบำรุงทั้งหมด 29 บริษัท จำนวน 51 โครงการ เป็นโครงการผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน 19 บริษัท





จำนวน 37 โครงการ เงินลงทุนรวมประมาณ 7,107.6 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตในระดับ Tier 2 และ 3 ในกลุ่มการผลิตชิ้นส่วนโลหะขึ้นรูปด้วยการทาบ Machining และปั๊ม การผลิตชิ้นส่วนจากคอมโพสิตสำหรับส่วนโครงสร้างและชิ้นส่วนอุปกรณ์ตกแต่งภายใน รวมถึงการผลิตล้อสำหรับอากาศยาน

ทั้งนี้ก็มีผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับ Tier 2-3 ของ Rollsroyce ซึ่งเป็นผู้นำในการผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน

ของโลกเข้ามาดำเนินการผลิตอยู่ในประเทศไทยแล้ว 3 ราย ได้แก่ Liestritz, Triumph Construction และ Senior Aerospace

สำหรับบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมในกิจการซ่อมบำรุง ซึ่งรวมถึงการซ่อมชิ้นส่วน เช่น APU และ BLADE เป็นต้น ไปจนถึงการซ่อมบำรุงอากาศยานทั้งระดับ A - D Check (การแบ่งระดับในการซ่อมบำรุงอากาศยานประเภทต่างๆ) มีทั้งหมด 10 บริษัท จำนวน 14 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนรวมประมาณ 2,888 ล้านบาท

โดยผู้ให้บริการซ่อมบำรุงระดับ D - Check ที่ได้รับการส่งเสริมมีเพียงรายเดียว ได้แก่ บริษัท อุตสาหกรรมการบิน จำกัด สำหรับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถือเป็นผู้อยู่ซ่อมบำรุงเครื่องยนต์และตัวอากาศยานสำคัญของไทย ซึ่งไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

อย่างไรก็ตามการซ่อมบำรุงอากาศยานในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานเพื่อซ่อมบำรุงเพื่อรองรับเครื่องบินของตนเองเป็นหลัก

จำนวนคำขอรับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตชิ้นส่วนและซ่อมบำรุงอากาศยาน

ปี	2553	2554	2555	2556*	2557
จำนวนคำขอที่ยื่นต่อปีไอไอ	4	5	6	2	8
มูลค่า (ล้านบาท)	299.5	1,107.5	1,186.2	47.8	1,324.9

หมายเหตุ * ในปี 2556 ทั้งจำนวนโครงการและมูลค่าการยื่นขอรับการส่งเสริมฯ ลดลงอย่างมีนัยสำคัญมากเนื่องจากได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจโลกซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินชะงักงัน

ตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุนใหม่ซึ่งมีผลบังคับใช้กับคำขอรับการส่งเสริมที่ยื่นตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 นั้น กิจการผลิตชิ้นส่วนและซ่อมบำรุงอากาศยานยังอยู่ในประเภทกิจการที่บีไอไอให้ความสำคัญเป็นพิเศษ โดยมีการปรับเปลี่ยนการให้สิทธิประโยชน์ ซึ่งแบ่งตามความซับซ้อนและสำคัญของชิ้นงาน เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมในระดับ Tier 1 และ 2 ให้มากขึ้น

“โบว์อิงได้คาดการณ์ตัวเลขผู้โดยสารทางอากาศในอีก 20 ปีข้างหน้าว่า ประเทศในแถบเอเชียแปซิฟิกจะมีการเติบโตสูงชันสามเท่า หรือคิดเป็นร้อยละ 50 ของการเติบโตทั่วโลก”

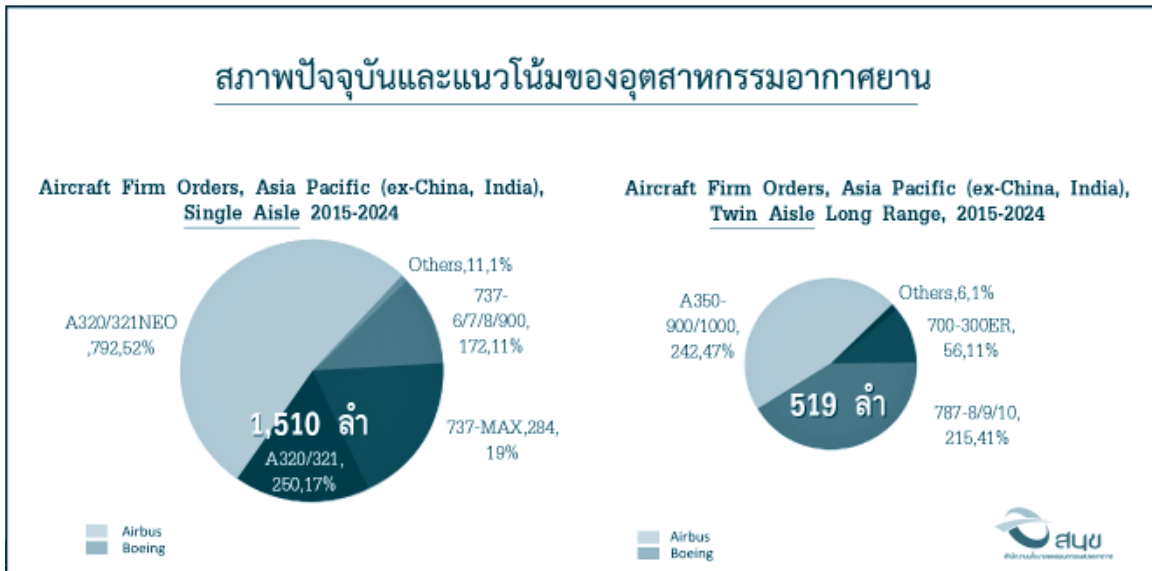
แนวโน้มการลงทุนในอาเซียนเพิ่มขึ้น

โบว์อิงผู้ผลิตอากาศยานชั้นนำได้คาดการณ์ตัวเลขผู้โดยสารทางอากาศในอีก 20 ปีข้างหน้าว่า ประเทศในแถบเอเชียแปซิฟิกจะมีการเติบโตสูงขึ้นสามเท่า หรือคิดเป็นร้อยละ 50 ของการเติบโตทั้งโลก ซึ่งจะก่อให้เกิดการผลิตเครื่องบินเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าวอีกประมาณ 13,000 ลำ หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 57 ล้านล้านบาท

สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คาดว่า จะเป็นหนึ่งในกลุ่มที่มีจำนวนผู้โดยสารสูงที่สุด โดย

ประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซียเป็นตลาดที่มีศักยภาพ โดยโบว์อิงคาดการณ์ว่าความต้องการของตลาดกลุ่มนี้จะก่อให้เกิดมูลค่าในอุตสาหกรรมอากาศยานประมาณ 450 พันล้านบาท ซึ่งได้รับการขับเคลื่อนจากสายการบินต้นทุนต่ำ

เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มความต้องการเครื่องบินในภูมิภาคเอเชียพบว่า อากาศยานที่ใช้ในระดับภูมิภาคและภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นเครื่องบินแบบทางเดินเดี่ยว โดยภายใน 10 ปีข้างหน้ามีคำสั่งซื้อมากถึง 1,510 ลำ และอีก 519 ลำ เป็นเครื่องบินแบบทางเดินคู่



ความต้องการใช้เครื่องบินรุ่นใหม่ดังกล่าว ถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับกิจการบริการซ่อมบำรุง (MRO) ทั้งอากาศยานและชิ้นส่วน รวมทั้งการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานในแถบภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รวมทั้งประเทศไทย เพื่อรองรับการขยายตัวจากความต้องการใช้เครื่องบินที่สูงขึ้นในอนาคต

เมื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของประเทศไทยพบว่าไทยมีจุดแข็งที่ได้เปรียบกว่าประเทศเพื่อนบ้านหลายด้าน ทั้งด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน ฝีมือแรงงาน และค่าแรง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจุดอ่อนจะเห็นว่าเรายังต้องปรับปรุงโครงสร้างกฎระเบียบ รวมทั้งสร้าง

แรงงานให้ตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม จึงจะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาว รายละเอียดดังนี้



จุดแข็งและจุดอ่อนของประเทศไทยในอุตสาหกรรมอากาศยาน

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> • มีอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น อุตสาหกรรมการบิน ยานยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น • ค่าแรงและปริมาณแรงงานยังอยู่ในระดับที่แข่งขันได้ เมื่อเทียบกับสิงคโปร์และมาเลเซีย นอกจากนี้ธรรมชาติของแรงงานไทยมีความใส่ใจในรายละเอียดและพื้นฐานแรงงานฝีมือมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีพื้นฐานจากอุตสาหกรรมการบินและอิเล็กทรอนิกส์ • ค่าใช้จ่ายในการลงจอดสนามบินต่ำกว่าบางประเทศ เช่น สิงคโปร์ • มีสิทธิประโยชน์ด้านภาษีจากบีโอไอ ช่วยลดภาระทางการเงินในช่วงแรก 	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอากาศยานยังไม่แข็งแรง ด้านการผลิตชิ้นส่วนไม่มีผู้ผลิตระดับ Tier 1 ในไทย ส่งผลให้กิจกรรมซ่อมบำรุงต้องนำเข้าชิ้นส่วนเกือบทั้งสิ้น เพิ่มต้นทุนและเพิ่มระยะเวลาในการดำเนินการ ด้านการซ่อมบำรุงส่วนใหญ่เป็นการซ่อมชิ้นส่วน สำหรับซ่อมอากาศยานส่วนใหญ่เป็นการซ่อมให้ตนเองเป็นหลัก • หลักสูตรการศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมยังมีน้อย และทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษยังอยู่ในระดับต่ำ • กฎระเบียบภาครัฐที่เกี่ยวข้องซึ่งไม่อำนวยความสะดวกให้กับอุตสาหกรรมการซ่อมบำรุง ซึ่งหัวใจหลักคือความรวดเร็ว รวมทั้งหลักเกณฑ์ที่กำหนดให้กิจการซ่อมบำรุงอากาศยานและผลิตอากาศยานและชิ้นส่วนหลัก ต้องมีผู้ถือหุ้นไทยอย่างน้อยร้อยละ 51 ตาม พ.ร.บ. การเดินอากาศ • สิทธิประโยชน์จากภาครัฐยังไม่ครอบคลุมการสนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านการฝึกอบรมคนงาน ซึ่งถือเป็นค่าใช้จ่ายสำคัญของอุตสาหกรรมอากาศยานซึ่งต้องใช้แรงงานฝีมือทั้งสิ้น • ขาดผู้ออกใบรับรองมาตรฐานเกี่ยวกับการบิน ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการให้ผู้ออกใบรับรองฯ จากต่างประเทศมาตรวจ

“มอบหมายให้กระทรวงคมนาคมจัดตั้งคณะกรรมการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอากาศยานและศูนย์ซ่อมอากาศยาน ซึ่งเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นประธานอนุกรรมการ”

ภาครัฐหนุนให้เกิดการพัฒนาอานิคมอากาศยาน

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายในสิ้นปี 2558 จะก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายการลงทุนของสินค้า การบริการและแรงงานได้อย่างเสรี ซึ่งจะส่งผลต่อความ

ต้องการเพิ่มอากาศยานในฝูงบินของบริษัทสายการบินที่สูงขึ้นเพื่อรองรับความต้องการสำหรับการประกอบกิจการในเชิงพาณิชย์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความต้องการศูนย์ซ่อมบำรุงอากาศยานที่ได้รับการรับรองคุณภาพในระดับสากล เพื่อให้บริการซ่อมบำรุงอากาศยานให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้อยู่ตลอดเวลา

จากสถานการณ์ดังกล่าวผนวกกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศไทย รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการผลิตและการซ่อมบำรุงอากาศยานของภูมิภาคอาเซียน และได้มอบหมายให้ **กระทรวงคมนาคมจัดตั้งคณะกรรมการจัดตั้งนิคม**

อุตสาหกรรมอากาศยานและศูนย์ซ่อมอากาศยาน โดยตั้ง
 คณะอนุกรรมการขึ้นมา 3 ชุด ซึ่งเลขาธิการคณะกรรมการ
 ส่งเสริมการลงทุนเป็นประธานอนุกรรมการ และรอง
 เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นกรรมการ
 และเลขานุการของคณะอนุกรรมการจัดทำแผนการพัฒนา
 ด้านสิทธิประโยชน์ รายละเอียดดังนี้

**1. คณะอนุกรรมการศึกษาแผนธุรกิจอุตสาหกรรม
 อากาศยานและโครงการจัดตั้งศูนย์ซ่อมอากาศยาน** ซึ่ง
 มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมและ
 สนับสนุนการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอากาศยานและ
 ศูนย์ซ่อมอากาศยานของประเทศไทย ตลอดจนศึกษา
 ความเหมาะสมในการจัดทำแผนธุรกิจ แผนการตลาด
 และกลุ่มเป้าหมายในธุรกิจอุตสาหกรรมอากาศยานให้
 สอดคล้องกับระบบห่วงโซ่การผลิตของอุตสาหกรรม
 อากาศยาน (กรรมการผู้อำนวยการใหญ่บริษัท การบินไทย
 จำกัด (มหาชน) เป็นประธานอนุกรรมการ และ
 รองผู้อำนวยการใหญ่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
 เป็นกรรมการและเลขานุการ)

**2. คณะอนุกรรมการจัดทำแผนด้านการผลิต
 และพัฒนา/ ส่งเสริมศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรม
 อากาศยานและศูนย์ซ่อมบำรุงอากาศยาน** ซึ่งมีอำนาจ
 หน้าที่ในการจัดทำแผนแม่บทการผลิตและการพัฒนา/
 ส่งเสริมศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และการปรับปรุง
 หลักสูตรในสาขาที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับความต้องการ
 ของตลาดแรงงาน (ผู้ว่าการสถาบันการบินพลเรือน
 เป็นประธานอนุกรรมการ และหัวหน้าสำนักงานนโยบาย
 และแผนงาน สถาบันการบินพลเรือนเป็นกรรมการและ
 เลขานุการ)

**3. คณะอนุกรรมการจัดทำแผนการพัฒนาด้าน
 สิทธิประโยชน์** ซึ่งมีหน้าที่ในการกำหนดมาตรการส่งเสริม
 และการให้สิทธิประโยชน์เพื่อดึงดูดนักลงทุน รวมไปถึง
 การปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา
 ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และหาแนวทางแก้ไข
 โดยทำการศึกษาจากโมเดลสิทธิประโยชน์ที่มีอยู่ในประเทศ



เพื่อนบ้านในปัจจุบัน เพื่อขยายขอบเขตสิทธิประโยชน์
 ให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น (เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริม
 การลงทุนเป็นประธานอนุกรรมการ และรองเลขาธิการ
 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นกรรมการและ
 เลขานุการ)

**“โดยผลที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา
 ดังกล่าว คือ ข้อเสนอว่าประเทศไทย
 ควรลงทุนเพื่อพัฒนานิคมฯ
 อากาศยานหรือไม่”**

ทั้งนี้สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร
 (สนข.) ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินการ**จัดจ้าง
 ที่ปรึกษาที่มีความชำนาญมาทำการศึกษา โดยได้กำหนด
 กรอบระยะเวลาสำหรับการศึกษาด้านต่างๆ ไว้อย่าง
 ชัดเจน** ภายใต้โครงการการศึกษาความเหมาะสมและ
 ออกแบบเบื้องต้นในการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมการบิน
 ของประเทศไทย

หน้าที่หลักของที่ปรึกษาคือ การวิเคราะห์และ
 ประเมินศักยภาพด้านอุตสาหกรรมอากาศยานรวมถึง
 ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการ
 ดำเนินการศึกษาและคาดว่าจะผลการศึกษาคาดว่าการ
 แล้วเสร็จภายในปี 2558 โดยผลที่คาดว่าจะได้รับจาก
 การศึกษาดังกล่าวคือ ข้อเสนอว่าประเทศไทยควรลงทุน
 เพื่อพัฒนานิคมฯ อากาศยานหรือไม่ การนำเสนอ

รูปแบบนิคมฯ ที่เหมาะสม ซึ่งจะรวมถึงการกำหนดที่ตั้งกิจกรรมเป้าหมาย (เช่น มุ่งเน้นที่กิจกรรมซ่อมบำรุงอากาศยานและชิ้นส่วน และ/หรือผลิตชิ้นส่วน และกิจกรรมสนับสนุนอื่นฯ) รูปแบบการลงทุน ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และผลตอบแทนทางการเงิน เป็นต้น

โดยผลจากการศึกษาไม่ได้มาจากเฉพาะการรวบรวมข้อมูลและกรณีศึกษาของนิคมฯ ของประเทศต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จแล้วเท่านั้น **แต่ยังมีการจัดกิจกรรม (Market Sounding) เพื่อรับความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการบินทั้งภาครัฐและเอกชนด้วย**

จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า การพัฒนานิคมฯ คาดว่าจะช่วยเพิ่มมูลค่าอุตสาหกรรม 2.6 เท่า ในปี 2566 (เปรียบเทียบจากปีฐาน : พ.ศ. 2553) โดยมีรายได้เฉลี่ยปีละ 12,500 ล้านบาท โดยโครงการนี้มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิต ซ่อมบำรุง และพัฒนาบุคลากร ซึ่งจะสร้างผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่าและผลประโยชน์ต่อภาครัฐและสังคมในด้านการสร้างงานและเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บภาษี

โดยคาดว่าจะพัฒนานิคมฯ จะสร้างงานได้ถึง **28,800 ตำแหน่ง สร้างรายได้ภาครัฐจากการจัดเก็บ**

ภาษีเพิ่มขึ้น 6,600 ล้านบาท และสร้างผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ 46,400 ล้านบาท

ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของโครงการประกอบด้วย

- (1) การสนับสนุนจากภาครัฐและการส่งเสริมการลงทุน
- (2) การเพิ่มขีดความสามารถบุคลากร
- (3) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม

**“ทำอากาศยานที่มีศักยภาพ
ที่จะพัฒนาเป็นนิคมอากาศยาน
5 อันดับแรก ประกอบด้วย
อุตะกา นครราชสีมา พิษณุโลก
สุราษฎร์ธานี และเชียงใหม่”**

การคัดเลือกพื้นที่เป้าหมาย

ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการศึกษาเพื่อคัดเลือกพื้นที่เพื่อพัฒนานิคมฯ มีดังนี้

กิจกรรมศูนย์ซ่อมอากาศยาน	กิจกรรมผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน
<ul style="list-style-type: none"> • ความยาวของทางขับ • ความสะดวกในการใช้งาน • ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการบิน เช่น ทางขับและลานจอดเครื่องบิน เป็นต้น • ความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน เป็นต้น • ความเพียงพอของพื้นที่เพื่อรองรับการพัฒนา นิคม รวมทั้งอุตสาหกรรมสนับสนุน • ความพร้อมด้านแรงงาน • ความพร้อมด้านชุมชน • ระยะห่างจากที่ตั้งของอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น • ความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> • ระยะห่างจากพื้นที่ไปสนามบินสุวรรณภูมิและท่าเรือ • ความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน เป็นต้น • ที่ตั้งของอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น • ความพร้อมด้านแรงงาน • ความพร้อมด้านชุมชน • ระยะห่างจากที่ตั้งของอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น • ความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

ผลจากการศึกษาพบว่า ท่าอากาศยานที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นนิคมอากาศยาน 5 อันดับแรก ประกอบด้วย ท่าอากาศยานอุตะเถา ท่าอากาศยานนครราชสีมา ท่าอากาศยานพิษณุโลก ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี และท่าอากาศยานเชียงใหม่

สำหรับพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกิจการผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมในจังหวัดชลบุรี และระยองเป็นหลัก ทั้งนี้ การศึกษาดังกล่าวยังไม่แล้วเสร็จ

การพัฒนาบุคลากร

ปัจจุบันประเทศไทยมีสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการผลิตบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมอากาศยานหลายแห่ง เช่น สถาบันการบินพลเรือน มหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นต้น และสถาบันของรัฐและเอกชน มากกว่า 60 แห่ง ทำการสอนหลักสูตรวิศวกรรม และสามารถผลิตวิศวกรได้ประมาณ 180,000 คนต่อปี และนักวิทยาศาสตร์ 200,000 คนต่อปี (ข้อมูล ณ ปี 2556) แต่กลับสามารถผลิตวิศวกรที่ตอบสนองความต้องการอุตสาหกรรมอากาศยานได้จำนวนไม่มาก

ความต้องการบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมอากาศยานแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

- (1) นักบิน
- (2) วิศวกรและช่างเทคนิค
- (3) เจ้าหน้าที่ควบคุมการจราจรทางอากาศ
- (4) พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

สำหรับความต้องการบุคลากรด้านวิศวกรและช่างเทคนิคเพื่อรองรับนิคมอากาศยานที่จะเกิดขึ้นโดยการพัฒนาภูมิภาคฯ จะแบ่งเป็น 3 ระยะนั้น พบว่าความต้องการบุคลากรเพื่อรองรับการพัฒนาภูมิภาคฯ ระยะแรกรวม 3,150 คน แบ่งเป็นช่างเทคนิค 2,020 คน และวิศวกร 400 คน จากนั้นในระยะที่ 2 และ 3 จะมีความต้องการบุคลากรเพิ่มขึ้นอีกระยะละ 1,900 คน เมื่อรวมทั้งสิ้นแล้วจะเท่ากับ 6,950 คน

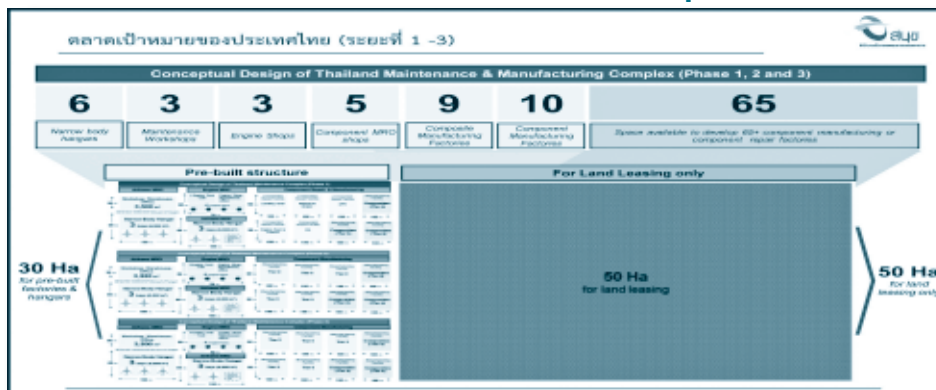
รูปแบบโครงการและระยะการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมการบิน

กิจกรรมหลักในโครงการ ประกอบด้วย

1. กิจการซ่อมบำรุงอากาศยาน (MRO) ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบหลายด้าน เช่น ทางวิ่งจากสนามบิน พื้นที่อำนวยความสะดวก ประกอบด้วย โรงจอดเครื่องบิน (Hangar) ทางขับ (Taxiway) ลานจอดเครื่องบิน (Apron) อาคารอำนวยการ อาคารเก็บของ โรงซ่อม (Workshop) ที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

2. การผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน (OEM) ซึ่งอาจตั้งบริเวณเดียวกันหรือใกล้เคียงกับศูนย์ซ่อมฯ ได้ เช่น ในนิคมอุตสาหกรรม

ตัวอย่างการออกแบบพื้นที่สำหรับการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมการบิน



กิจกรรมเป้าหมายซ่อมบำรุง (MRO) และการผลิตชิ้นส่วน ดังนี้

- ซ่อมบำรุงลำตัวเครื่องบิน (Airframe MRO)
- ซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ (Engine MRO)
- ซ่อมบำรุงชิ้นส่วนอากาศยาน ประเภท

Landing Gear, Wheel & Brake, APU, Engine Fuel & Control เป็นต้น

- ผลิตชิ้นส่วนระดับ Tier 3
- ผลิตวัสดุคอมโพสิตระดับ Tier 4


ระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะแรกของการพัฒนาโครงการจะใช้พื้นที่ประมาณ 62.5 ไร่ ประกอบด้วย

- โรงซ่อมอากาศยาน 2 แห่ง
 - หลุมจอด 3 หลุมต่อโรงซ่อมหนึ่งแห่ง
 - โรงซ่อมเครื่องยนต์ 1 แห่ง
 - หลุมเครื่อง 4 แห่ง
 - โรงซ่อมชิ้นส่วนอากาศยานและเครื่องยนต์ 5 แห่ง
- ซึ่งจะมีความสามารถรองรับการซ่อมบำรุงเครื่องบินได้ปีละ 60 ลำ และซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ได้ปีละ 30 เครื่อง

และในระยะที่ 2 และ 3 ของการพัฒนาจะขยายขีดความสามารถให้รองรับกิจกรรมซ่อมบำรุงเครื่องบินได้อีกปีละ 15 ลำ และซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ได้อีกปีละ 90 เครื่อง

อาจกล่าวได้ว่า โครงการนี้เป็นโครงการริเริ่มของประเทศไทยที่แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมอากาศยานของภาครัฐอย่างจริงจัง ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญที่สร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนทั้งในไทยและต่างประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมอากาศยานเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ค่อนข้างต่ำ ต้องมีการลงทุนพัฒนาทักษะคนงานอย่างต่อเนื่อง แต่ให้ผลตอบแทนสูงในระยะยาวและมีคู่แข่งจำกัด การวางนโยบายหรือ Road Map ระดับประเทศที่ชัดเจน จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจการลงทุน

เราจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าในอนาคตอันใกล้ประเทศไทยจะมีนิคมอุตสาหกรรมอากาศยานหรือศูนย์ซ่อมระดับประเทศซึ่งก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาทักษะแรงงาน และการลงทุนในโครงการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงต่อไป 



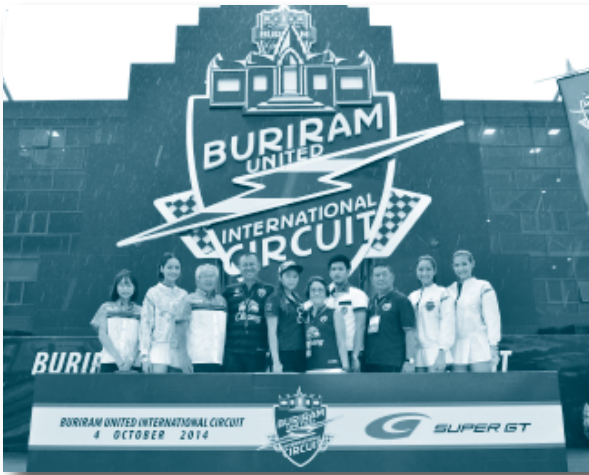


เมื่อพูดถึงการแข่งขันระดับโลก หลายคนอาจจะคิดว่าเป็นเรื่องไกลตัวของคนไทย เพราะความนิยมของการแข่งรถและการชมการแข่งขันระดับสากลจำกัดอยู่ในความสนใจของคนจำนวนน้อยหรือในกลุ่มที่มีกำลังทรัพย์สูงพอที่จะเดินทางไปเข้าชมการแข่งขันหรือเข้าชมสนามแข่งขันระดับโลกที่ประเทศอื่น

อย่างไรก็ตาม กีฬาการแข่งขันความเร็วก็มีใช้เรื่องใหม่สำหรับคนไทย เนื่องจากตั้งแต่ปี 2479-2480 ธงไตรรงค์ของไทย ก็ได้โบกสะบัดมาแล้วในสนามแข่งรถระดับสากลที่ยุโรป ด้วยชัยชนะถ้วยรางวัลดาราทองของนักแข่งรถชาวไทยสองปีซ้อน ชัยชนะของพระองค์เจ้าพีระ โดยความอุปถัมภ์ของพระองค์เจ้าจุลจักรพงษ์ ทำให้ชาวไทยเริ่มสนใจกีฬาการแข่งขัน และนำไปสู่การแสดงรถ “โรมิวลัส” และการขับรถแข่งโชว์ในโอกาสต่อไปที่กรุงเทพมหานคร โดยปิดถนนลานพระบรมรูปทรงม้าเพื่อให้ประชาชนชาวไทยได้ชม

**“80 ปีที่แล้ว จึงได้มีโครงการ
สนามแข่งขันระดับสากลแห่งแรก
ขึ้นในประเทศ คือโครงการ
“บุรีรัมย์ ยูไนเต็ค
อินเตอร์เนชันแนล เซอร์กิต”
(BRIC)”**





หลังจากนั้นสนามแข่งรถในประเทศไทยก็เริ่มก่อตั้งขึ้นบ้างประปราย จนกระทั่งเกือบ 80 ปีให้หลัง จึงได้มีโครงการสนามแข่งขั้ระดับสากลแห่งแรกขึ้นในประเทศไทย คือโครงการ “บุรีรัมย์ ยูไนเต็ต อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” (BRIC) ซึ่งปัจจุบันได้เปิดสนามแข่งรถความยาว 4,554 เมตร สำหรับการเดินรถทางเดียวทั้งรถแข่งและรถจักรยานยนต์ความเร็วสูง ภายใต้ชื่อ “ช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” หรือเรียกสั้นๆ ว่า “ช้างสเตเดียม” โดยการออกแบบของนักออกแบบสนามแข่งอันดับ 1 ของโลก คือ Hermann Tilke เพื่อให้เป็นสนามแข่งกีฬามอเตอร์สปอร์ตแรกของไทยที่ได้มาตรฐานระดับสากล หรือ FIA Grade 1 และ FIM Grade A จากสหพันธ์จักรยานยนต์นานาชาติ หรือ FIM (Federation International de Motocyclisme)

การได้รับรองมาตรฐานสากลของ BRIC หมายความว่า ตัวสนามแข่ง มีมาตรฐานและสามารถรองรับการแข่งขันซีรีส์ F3, GT1, GT2 และ GT3 และสามารถจัดการแข่งขันระดับ Moto GP หรือ Superbike World Championship ได้

นอกเหนือจากศักยภาพของสนามแข่งที่สามารถรองรับการแข่งขันสำคัญๆ ระดับนานาชาติแล้ว ช้างสเตเดียมยังสามารถรองรับผู้ชมและผู้สนใจให้เข้าร่วมชมการแข่งขันสำคัญๆ โดยมีแกรนด์สแตนด์ (Grand Stand) ที่

สามารถจุผู้ชมได้ครั้งละประมาณ 50,000 คน โดยแบ่งเป็นที่นั่งถาวรบนอัฒจันทร์หลัก 8,800 ที่นั่ง และที่นั่งบริเวณชั้นพิเศษ (VIP) 1,200 ที่นั่ง และที่นั่งภาคสนาม 40,000 ที่นั่ง โดยความพิเศษของแกรนด์สแตนด์คืออาคารนี้ถือเป็นจุดที่สามารถชมการแข่งขันได้ครอบคลุมทั้งเส้นทางการแข่งขันและเชื่อมต่อกับอาคารอัฒจันทร์หลัก โดยมีบริเวณส่วนของการซ่อมเติมรถ (Pit Area) อยู่ด้านล่างอาคารจำนวน 30 พิต

การหลังไหลของผู้คนเข้ามายังจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งเพื่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามอเตอร์สปอร์ต ที่ช้างสเตเดียม หรือการแข่งขันกีฬาฟุตบอลที่ไอโมบาย สเตเดียม เป็นไปตามวิสัยทัศน์หลักของผู้นำกลุ่มบุรีรัมย์ยูไนเต็ต คือ **คุณเหนือ ชิดชอบ** ซึ่งได้วางวิสัยทัศน์ไว้ว่า “บุรีรัมย์.. จากเมืองผ่านเป็นเมืองพัก จากเมืองที่ยากจนที่สุด จะเป็นเมืองที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดด้วยกีฬา และคำว่า **Destination of Speed**”

การเติบโตของวงการกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้นำไปสู่การสร้างเมือง สร้างรายได้ ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดบุรีรัมย์ โครงการโรงแรมระดับ 3-5 ดาว เพื่อรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว การขยายตัวของเที่ยวบินภายในประเทศ และยิ่งส่งผลไปยังจังหวัดข้างเคียงคือนครราชสีมา ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมสนามแข่งแบบรายวัน สร้างความภาคภูมิใจให้ชาวบุรีรัมย์ และสร้างกระแสการรักกีฬาให้กับประชาชนคนไทยที่สนใจการแข่งขันในวงกว้าง เปิดโอกาสให้เส้นทางไปจังหวัดบุรีรัมย์เป็นเส้นทางเดินรถ และเส้นทางรถจักรยานยนต์

สำหรับการเดินทางไปแข่งขันในสุดสัปดาห์ที่สนามเปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าไปใช้ฝึกซ้อมแข่งได้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและเข้าร่วมชมการแข่งขันสามารถเดินทางมายังจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นที่ตั้งของสนามแข่งขั้ได้โดยทั้งทางรถ และทางเครื่องบิน

“คุณณัยศิริ ชาญวิทยารมณ
ผู้อำนวยการสนาม และโปรเจกต์แมนเนเจอร์
ของ BRIC ได้กล่าวว่า
“เรากล้าพูดว่าในเอเชีย
สนามของเราดีที่สุด
เพราะใช้อุปกรณ์รุ่นใหม่ที่สุด”

นับตั้งแต่เปิดตัวสนามแข่งขัน เมื่อเดือนตุลาคม 2557 เพื่อรองรับการแข่งขันระดับนานาชาติ คือ Super Bike GT 2014 ซึ่งทางสนามได้มีการเซ็นสัญญาสิทธิการจัดการแข่งขัน Super GT นี้เป็นระยะเวลา 2 ปี นอกจากการแข่งขันทั้งระดับนานาชาติ เช่น Super Bike GT 2014 แล้ว สนามยังได้เคยจัดการแข่งขันใหญ่ๆ มาแล้วตั้งแต่เปิดสนามจนถึงเดือนเมษายน 2558 เช่น Asia Road Racing และ WSBK Rider Tour ส่วนในระดับประเทศ เช่น Thailand Super Series, Hi-Cetane Drag Racing และ R2M Thailand Super Bike รวมทั้งการแข่งขันและการจัดแสดงรถยนต์ของค่ายรถต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

คุณณัยศิริ ชาญวิทยารมณ ผู้อำนวยการสนาม และโปรเจกต์แมนเนเจอร์ของ **BRIC** ได้กล่าวว่า “เรากล้าพูดว่าในเอเชีย สนามของเราดีที่สุด เพราะใช้อุปกรณ์รุ่นใหม่ที่สุด มี Race Control ที่ดีที่สุดในโลก และมีจุดยุทธศาสตร์ดีที่สุดในการเชื่อมต่อกับ AEC” ทั้งนี้ตั้งแต่



การเปิดตัวจนถึงปัจจุบัน มีผู้แสดงความสนใจเข้าเยี่ยมชมสนามและเข้าชมการแข่งขันทั้งระดับประเทศและระดับสากลอย่างต่อเนื่อง ทั้งการแข่งขันรถจักรยานยนต์ จักรยานวิบากและรถแข่ง

โดยในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ได้มีการจัดกิจกรรมวันเด็กขึ้นบริเวณสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต โดยมีผู้เข้าชมกว่า 150,000 คนในสนาม และได้รวมการแสดงรถที่สำคัญจากผู้สนับสนุนหลักทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการแสดงรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่จากบริษัท Ducati การแสดงรถของบริษัทโตโยต้า ปตท. และการบริการให้นั่งรถแข่งสำหรับเด็ก ซึ่งจะนำไปสู่ก้าวต่อไปของสนามแข่งรถคือ การจัดตั้งโรงเรียนสอนขับรถแข่ง และการจัดกิจกรรม Experience Ride สำหรับบุคคลทั่วไปให้ได้ทดลองนั่งรถแข่ง

ตอนนี้ใครยังไม่รู้จักจังหวัดบุรีรัมย์คงต้องลองไป Sport City of Siam สักครั้งแล้วนะคะ

บุรีรัมย์ ยูไนเต็ อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต

สนามแข่งรถ “บุรีรัมย์ ยูไนเต็ อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” (BRIC) เป็นกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอ ในกลุ่มกิจการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเภทกิจการสนามแข่งขันยานยนต์ ซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวที่บีโอไอและรัฐบาลถือเป็นกลุ่มกิจการที่ควรให้การสนับสนุน เพื่อให้เกิดการกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ



พลาสติกชีวภาพ อุตสาหกรรมแห่งอนาคตของไทย

พลาสติกชีวภาพคืออะไร

พลาสติกชีวภาพ (Bio-Plastics) เป็นนวัตกรรมของวัสดุแห่งอนาคตที่สามารถผลิตจากวัตถุดิบทางการเกษตรจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สามารถปลูกขึ้นใหม่ทดแทนได้ (Renewable Resources) เช่น มันสำปะหลัง ข้าวโพด หรืออ้อย ในรูปของแป้งหรือน้ำตาลโดยใช้กระบวนการผลิตทางเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology)

นอกจากนี้พลาสติกชีวภาพยังมีคุณสมบัติที่สามารถแตกสลายทางชีวภาพ (Biodegradable) ได้อย่างสมบูรณ์ในธรรมชาติหรือหากนำไปฝังกลบในโรงปุ๋ยหมัก (Compost Plant) ก็สามารถถูกจุลินทรีย์ในธรรมชาติย่อยสลายกลายเป็นก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ น้ำและมวลชีวภาพได้ด้วย

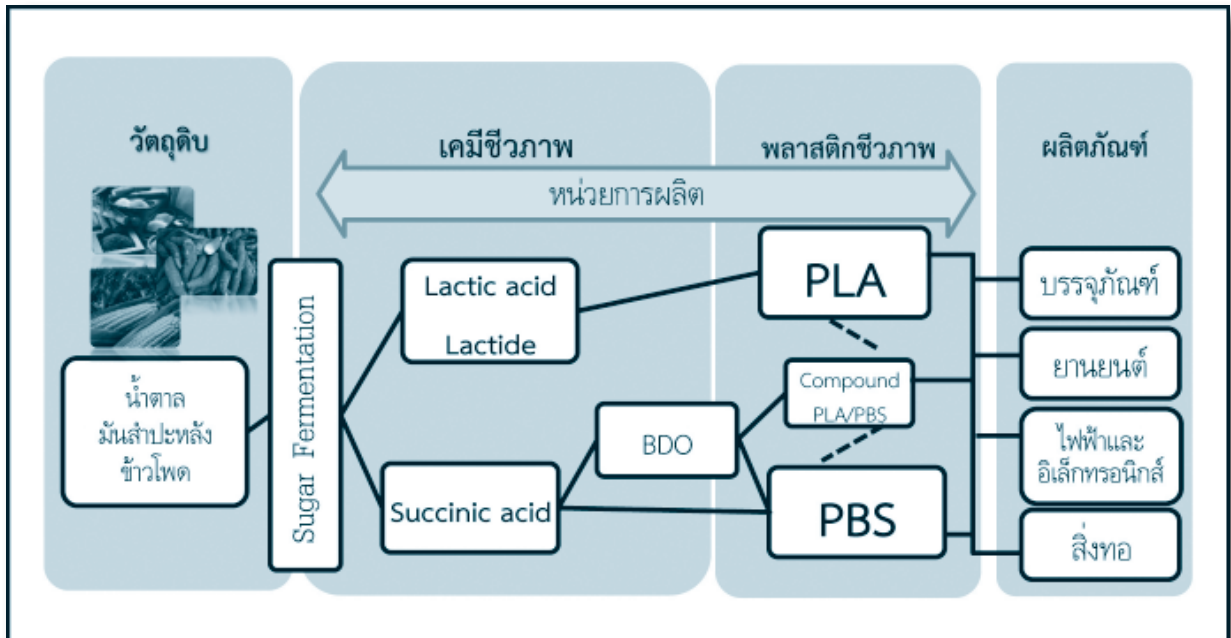
ความสำคัญของพลาสติกชีวภาพ

พลาสติกชีวภาพสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากพลาสติกชีวภาพจะใช้วัตถุดิบต้นน้ำจากภาคการเกษตรและกระบวนการผลิตใช้พลังงานต่ำอีกด้วย



นอกจากนี้อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพยังมีผลต่อเนื่องไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกด้วย ดังจะเห็น

ได้จากห่วงโซ่มูลค่า หรือ Value Chain อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ ดังนี้



**“สำหรับประเทศไทย
ได้มีการศึกษาพบว่า
มีศักยภาพที่จะเป็นแหล่งผลิต
พลาสติกชีวภาพของโลกได้
เนื่องจากเป็นแหล่งผลิต
น้ำตาลแหล่งใหญ่ของโลกแห่งหนึ่ง”**

ความต้องการใช้พลาสติกชีวภาพมีมากขึ้น แค่ไหน

ปัจจุบันความต้องการพลาสติกชีวภาพในตลาดโลกมีแนวโน้มการเติบโตสูงโดยเฉลี่ยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี และคาดว่าในระยะ 4-5 ปีข้างหน้าความต้องการใช้พลาสติกชีวภาพของโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคให้การยอมรับและเลือกใช้พลาสติกชีวภาพเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ประกอบกับรัฐบาลของ

ประเทศต่างๆ ได้กำหนดนโยบายและกฎหมายเพื่อสนับสนุนการใช้พลาสติกชีวภาพอย่างเป็นทางการ เช่น

- ฝรั่งเศสและอิตาลีได้ออกกฎหมายห้ามใช้ถุงที่ไม่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ
- สหรัฐอเมริกาได้กำหนดนโยบายการใช้ผลิตภัณฑ์ชีวมวลจากเดิมร้อยละ 12 ในปี 2553 เพิ่มเป็นร้อยละ 20 ในปี 2563

สำหรับประเทศไทยได้มีการศึกษาพบว่า มีศักยภาพที่จะเป็นแหล่งผลิตพลาสติกชีวภาพของโลกได้ เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตน้ำตาลแหล่งใหญ่ของโลกแห่งหนึ่ง มีการส่งออกน้ำตาลดิบสู่ตลาดโลกประมาณ 7 ล้านตัน ซึ่งหากนำปริมาณน้ำตาลดิบที่ส่งออกบางส่วนมาผลิตพลาสติกชีวภาพจะช่วยเพิ่มมูลค่าน้ำตาลดิบของไทยได้ อย่างไรก็ตามมีการคาดการณ์ว่าประเทศไทยมีปริมาณความต้องการใช้พลาสติกชีวภาพในช่วง 5 ปีข้างหน้า เพียง 65,000 - 80,000 ตันเท่านั้น ซึ่งหากมีการผลิตพลาสติกชีวภาพ

ขึ้นในประเทศไทย ก็จะเป็นการผลิตเพื่อส่งออกเป็นส่วนใหญ่ เพื่อรองรับความต้องการพลาสติกชีวภาพในตลาดโลกเป็นหลัก

“อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพของไทย ได้เริ่มปักธงในแผนที่โลกแล้ว”

สถานะภาพอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพของไทย ในปัจจุบัน

นโยบายส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ จะให้สิทธิประโยชน์สูงสุดแก่การลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ โดยจะให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีสูงสุดตามกฎหมายของบีโอไอคือ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี และยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร ซึ่งปัจจุบันมีผู้ได้รับการส่งเสริมอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ ทั้งในส่วนของ การผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพ และเคมีชีวภาพที่จะใช้เป็นวัตถุดิบของการผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพ รวมทั้งสิ้น 9 โครงการ รายละเอียด ดังนี้

กลุ่มผลิตพลาสติกชีวภาพ มีโครงการที่ได้รับการส่งเสริมฯ รวม 2 โครงการคือ

- โครงการผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพ PLA 75,000 ตัน/ปี
- โครงการผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพ PBS 20,000 ตัน/ปี

กลุ่มผลิตเคมีชีวภาพ มีโครงการที่ได้รับการส่งเสริมฯ รวม 7 โครงการคือ

- โครงการผลิต Bio Succinic Acid (BSA) 34,000 ตัน/ปี
- โครงการผลิต Bio-Butanediol (Bio-BDO) 45,000 ตัน/ปี
- โครงการผลิต Lactic Acid 140,000 ตัน/ปี
- โครงการผลิต Lactic Acid Dimer 100,000 ตัน/ปี
- โครงการผลิต Lactic Acid 150,000 ตัน/ปี

- โครงการผลิต Lactic Acid 50,000 ตัน/ปี
- โครงการผลิต Lactic Acid & Lactic Acid Derivatives 9,000 ตัน/ปี

จากการสำรวจข้อมูล เป็นที่น่ายินดีว่าไม่เกินปี 2558 นี้ โครงการผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพ PBS 20,000 ตัน/ปี ที่ตั้งโรงงานที่นิคมอุตสาหกรรมเอเชีย จังหวัดระยองที่ได้มีการก่อสร้างโรงงานมาตั้งแต่ช่วงปี 2556 ก็จะมีเริ่มดำเนินการผลิตและจำหน่ายในเชิงพาณิชย์แล้ว ซึ่งถือว่าอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพของไทยได้เริ่มปักธงในแผนที่โลกแล้ว

มาตรการผลักดันอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ

ปัจจุบันปัญหาขยะที่มาจากพลาสติกที่ต้องใช้เวลาในการย่อยสลายเป็นร้อยปี ถือเป็นปัญหาในระดับสากลที่รัฐบาลหลายประเทศต้องมีการกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งมีมาตรการในการส่งเสริมการใช้พลาสติกชีวภาพเพื่อลดการใช้งานพลาสติกที่มาจากปิโตรเลียม

อย่างไรก็ตามต้นทุนการผลิตพลาสติกชีวภาพในปัจจุบัน มีต้นทุนที่สูงกว่าพลาสติกทั่วไปประมาณ 3 เท่า จึงเป็นอีกอุปสรรคหนึ่งในการกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ ดังนั้นในหลายประเทศจึงต้องมีมาตรการทางด้านภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี เพื่อออกมาผลักดันอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ ดังตัวอย่างดังต่อไปนี้



มาตรการ	ประเทศ	มาตรการ
มาตรการทางด้านภาษี	เนเธอร์แลนด์	กำหนดส่วนประกอบของพลาสติกชีวภาพในบรรจุภัณฑ์เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดตามพื้นฐานการรับรองการย่อยสลายของ EN Compostability Certification - เก็บภาษี 0.38 ยูโร/ก.ก. สำหรับพลาสติกจากปิโตรเลียม - เก็บภาษี 0.02 ยูโร/ก.ก. สำหรับวัสดุและพลาสติกชีวภาพที่ผ่านมาตรฐาน EN13432 (มาตรฐานการย่อยสลายได้)
	เกาหลี	พลาสติกชีวภาพได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับภาษีขยะ
มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี	อิตาลี	ห้ามใช้ถุงซ้อบปิ้งพลาสติกจาก PE อนุญาตเฉพาะพลาสติกชีวภาพเท่านั้นที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ได้
	สเปน	สั่งห้ามใช้ถุงซ้อบปิ้งที่ทำจากพลาสติก PE ทั้งหมด และเปลี่ยนเป็นการใช้ถุงที่ย่อยสลายในปี 2561 (มีขั้นตอนตามลำดับคือร้อยละ 60 ในปี 2556 ร้อยละ 70 ในปี 2558 ร้อยละ 80 ในปี 2559)
	สหรัฐอเมริกา	1. บังคับให้หน่วยงานรัฐใช้ผลิตภัณฑ์จากพลาสติกย่อยสลายได้ 2. ปัจจุบันมีสินค้ากว่า 9,000 รายการที่เป็นผลิตภัณฑ์จากพลาสติกชีวภาพในรายการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐบาล 3. ห้ามโฆษณาว่าย่อยสลายได้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ OXO (มลรัฐแคลิฟอร์เนีย)
	ฟิลิปปินส์	ห้ามไม่ให้ร้านอาหารและร้านค้าต่างๆ ใช้ถุงซ้อบปิ้งที่ใช้แล้วทิ้งและภาชนะบรรจุอาหารโฟมและถ้วยพลาสติก แต่ถ้วยและถุงพลาสติกย่อยสลายได้ได้รับอนุญาตให้ใช้ได้



ตัวอย่างมาตรการในต่างประเทศที่แสดงข้างต้นถือว่าเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้มีการใช้งานพลาสติกชีวภาพมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยมีนโยบายในการเป็นศูนย์กลางการผลิตพลาสติกชีวภาพของโลก ก็จะได้ประโยชน์จากมาตรการดังกล่าว และสามารถส่งออกไปจำหน่ายได้มากขึ้น เพราะมีความต้องการในตลาดโลกมากขึ้น ซึ่งเหลือเพียงแต่ว่าผู้ผลิตในประเทศจะสามารถลดต้นทุนการผลิตได้มากน้อยเพียงไร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้สูงมากขึ้น

**“คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
ที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน
พิจารณาผลักดันให้ประเทศไทย
เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมพลาสติก
ชีวภาพเป็นการเร่งด่วน”**

**การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน
อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพไทย**


รัฐบาลไทยที่ผ่านมาหลายชุด มีความเห็นตรงกันว่า อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพเป็นอุตสาหกรรมดาวรุ่งในอนาคตของไทย แต่ต้องมีการสนับสนุนเป็นพิเศษในช่วงแรก เช่นเดียวกับเมื่อหลายปีก่อนที่มีมาตรการพิเศษในการสนับสนุนอุตสาหกรรมที่สำคัญตามเป้าหมายของรัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมปิโตรเคมีเมื่อเกือบ 30 ปีที่แล้ว หรืออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ประหยัลดพลังงาน

อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพก็เช่นเดียวกัน ก็ต้องการแรงกระตุ้น และการสนับสนุนเป็นพิเศษจากรัฐบาล ซึ่งเป็นที่น่ายินดีที่รัฐบาลปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพเป็นอย่างมาก และได้มอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือบีโอไอ กำหนดมาตรการสนับสนุนเป็นพิเศษในส่วนของบีโอไอเอง และเสนอมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพเพิ่มเติมในส่วน



ของหน่วยงานรัฐอื่น เพื่อให้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานพิจารณาเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพเป็นการเร่งด่วน

อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพจึงจัดเป็นอุตสาหกรรมแห่งอนาคตของไทย ที่จะช่วยเสริมสร้างรากฐานของประเทศให้มีการพัฒนาทักษะเทคโนโลยี นวัตกรรม ตลอดจนพัฒนาภาคเกษตรกรรม เพื่อให้เอื้อต่อการเติบโตด้านเศรษฐกิจการลงทุนของประเทศไทยในระยะยาว

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทำให้เกิด Smart City อย่างแท้จริง 



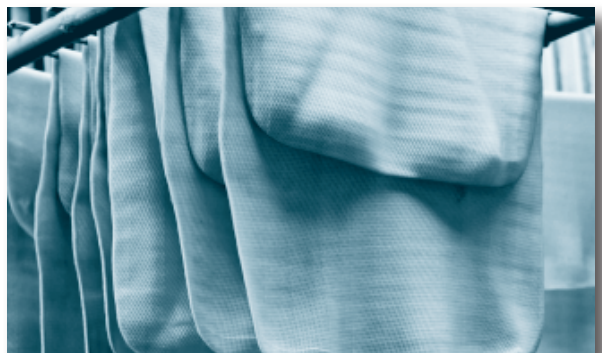
ยางพารา ผลิตอะไรได้มากกว่าที่เราคิด

ประเทศไทยผลิตยางธรรมชาติส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่เกือบทั้งหมดหรือกว่าร้อยละ 86 ที่ส่งออกเป็นวัตถุดิบ เช่น ยางแผ่น น้ำยางข้น เป็นต้น ที่เหลืออีกร้อยละ 14 เท่านั้นที่เป็นผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปต่างๆ

สิ่งที่น่าคิดก็คือ เมื่อเราส่งยางเป็นวัตถุดิบออกไปต่างชาติที่มีเทคโนโลยีต่างๆ ก็นำยางเหล่านี้ไปแปรรูปเพิ่มมูลค่าส่งกลับมาขายเราในราคาที่สูงมาก ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ยางธรรมชาติเป็นหลักก็คือ ยางยานพาหนะ โดยเฉพาะยางรถโฟล์กลิฟท์ ยางรถบรรทุก ซึ่งใช้ยางธรรมชาติในสัดส่วนที่มากกว่าการใช้ยางสังเคราะห์ เนื่องจากต้องการความยืดหยุ่น ทนแรงกระแทกได้ดี ส่วนยางรถยนต์ และยางรถจักรยานยนต์จะมีสัดส่วนของยางสังเคราะห์มากกว่ายางธรรมชาติ เนื่องจากต้องใช้ความเร็วในการขับเคลื่อนที่สูงกว่ายางรถโฟล์กลิฟท์ ยางรถบรรทุก

แต่ที่น่าเสียดายคือ เทคโนโลยีของผู้ผลิตยังไม่ถึงขั้นที่จะผลิตยางรถยนต์คุณภาพสูงเองได้ ยางรถยนต์ที่ผลิตในเมืองไทยล้วนแล้วแต่เป็นตราของต่างประเทศทั้งหมด อุตสาหกรรมยางไทยทำได้เพียงยางรถจักรยานยนต์กับยางรถบรรทุกเป็นหลัก

“มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีเป้าหมายคือ การพยายามที่จะสร้างผิวหนังเทียมจากยางพาราเพื่อใช้เป็นสื่อในการสอนของนักเรียนแพทย์”



ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดจากยางพาราที่น่าสนใจมากก็คือ **การผลิตผิวหนังเทียมจากยางพารา** ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้มี **ศศ. ดร. ชลดา เลวิส และคณะจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นผู้ดำเนินการ** เป้าหมายของโครงการคือ การพยายามที่จะสร้างผิวหนังเทียมจากยางพาราเพื่อใช้เป็นสื่อในการสอนของนักเรียนแพทย์และพยาบาล ที่ผ่านมาเป็นการใช้ยางซิลิโคนเหลว ซึ่งเป็นยางสังเคราะห์ที่มีความนิ่มและไม่เหนียวจนเกินไป โดยนำมาหล่อเป็นรูปร่างหรืออวัยวะต่างๆ สำหรับใช้ในการฝึกหัดการฉีดยา การผ่าตัด หรือการเย็บแผล แต่ว่าปัญหาก็คือ ยางซิลิโคนเป็นของที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศและมีราคาแพง ดังนั้นการที่เมืองไทยมียางธรรมชาติอยู่มากมหาศาลจนสามารถส่งออกได้เป็นอันดับหนึ่งของโลก ก็น่าที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ดังกล่าวขึ้นมาใช้เอง และแม้กระทั่งส่งออกไปขายต่างประเทศได้ด้วยซ้ำ **กลุ่มนักวิจัยนี้จึงได้นำยางธรรมชาติเหลวซึ่งมีราคาถูกและเป็นวัตถุดิบภายในประเทศมาพัฒนาจนกระทั่งมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับผิวหนังของคนเราจริงๆ** หมายความว่าต้องมีความนิ่ม ซึ่งสามารถใช้เข็มฉีดยาเจาะเข้าไปได้ หรือสามารถใช้มีดกรีดได้ใกล้เคียงกับผิวหนังของคน ซึ่งวิธีการนี้ก็จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพาราได้มากขึ้น

ที่ผ่านมามีการใช้ยางพาราสร้างเป็นอุปกรณ์การสอนบ้างแล้ว เช่นที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เคยมีการศึกษาโดยนำยางพารามาหล่อขึ้นรูปเป็นอวัยวะต่างๆ สำหรับการสอนกายวิภาค จนกระทั่งขณะนี้สามารถผลิตขาย



ในวงกว้างแล้ว แต่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการทดแทนผิวหนังเทียม ส่วนการใช้ยางธรรมชาติมาทำเป็นอวัยวะเทียมเพื่อใช้สอนเรื่องการฉีดยาหรือเย็บแผลนั้น เคยมีการทำกันมาก่อนโดยนำยางมาทำในรูปของฟองน้ำ ซึ่งมีข้อดีคือไม่ค่อยเหมือนกับผิวหนังจริงดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการฝึกฉีดยา กรีดผิวหนังหรือเย็บแผล ก็จะทำให้ความรู้สึกไม่เหมือนจริง

ผลงานที่นักวิจัยกลุ่มนี้ได้ทำขึ้นอยู่ในระหว่างการยื่นจดสิทธิบัตร เพราะมีโอกาสนำไปใช้ได้กว้างขวางเชิงพาณิชย์ โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตซึ่งมีหลายขั้นตอนพอสมควรจนกระทั่งได้ยางธรรมชาติแปรรูปที่นำมาใช้เป็นผิวหนังเทียมโดยมีความเหนียว ความแข็ง และความยืดหยุ่นเหมาะสม ซึ่งขณะนี้ได้มีการทดลองหล่อออกมาเป็นรูปมือและแขนเทียม เพื่อนำไปทดลองใช้เป็นสื่อการสอนตามที่แจ้งไว้ข้างต้น ดังนั้นหากใช้ได้จริงและมีคุณสมบัติดีกว่าหรืออย่างน้อยก็เท่ากับผิวหนังเทียมที่ทำมาจากยางซิลิโคน ก็หมายความว่าเรามีโอกาสที่จะพัฒนาให้เกิดเป็นสินค้าสำหรับการเรียนการสอนทางการแพทย์ทั้งในประเทศ หรือแม้แต่การส่งออกไปขายต่างประเทศได้อย่างแน่นอน

“สถาบันวิจัยยางได้พัฒนาเทคโนโลยี

การใช้ยางธรรมชาติ

ผสมยางมะตอยราดถนนใหม่”

นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์แพชั่น เช่น กระเป๋าจากยางพารา ซึ่งมีสีสันทันสวยงาม และสามารถกันน้ำได้

สถาบันวิจัยยางได้พัฒนาเทคโนโลยีการใช้ยางธรรมชาติผสมยางมะตอยราดถนนใหม่ โดยใช้ยางแห้งแทนการใช้น้ำยางข้น อัตราร้อยละ 5 ผสมยางมะตอยในงานราดถนน ซึ่งเทคโนโลยีใหม่นี้ไม่ต้องใช้สารเคมีที่มีราคาแพง สามารถนำยางพารามาใช้ได้หลายรูปแบบ เช่น ยางเครป ยางแผ่นผึ่งแห้ง ยางแผ่นรมควัน ยาง Cutting จากยางแผ่นรมควัน ทั้งยังไม่เกิดฟองและ



แรงดันในขณะที่ผสมยางกับยางมะตอย ทำให้ไม่มีความเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายระหว่างผสม ทั้งยังเป็นเทคโนโลยีที่ง่ายและไม่ซับซ้อน ที่สำคัญยังเป็นแนวทางช่วยสร้างเสถียรภาพราคาอย่างได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อยู่ในโครงการรักษาเสถียรภาพราคาอย่าง ถึงแม้อย่างนั้นจะเสีรูปร่างไปก็สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบผสมกับยางมะตอยเพื่องานลาดถนนได้ ดีกว่าเก็บยางไว้นานจนกระทั่งยางเสื่อมสภาพลง **การนำยางพารามาผสมยางมะตอยเพื่อทำถนน ผลก็คือความยืดหยุ่นตัวของถนนดีกว่าการใช้ยางมะตอยเพียงอย่างเดียว** ทำให้ถนนทนทานมากขึ้น ไม่ปริแตกหรือร้าวง่าย และอายุใช้งานนานขึ้น การจะใช้ยางมาผสมทำถนนได้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับราคาอย่าง มีการประมาณการกันว่าถ้าทำถนนมาตรฐานยาว 1,000 กิโลเมตร จะต้องใช้ยางพาราผสมประมาณ 3,300 ตัน

กิจกรรมที่ใช้ยางพารามีหลายอย่าง หากเก็บเล็กผสมน้อยก็จะดึงยางออกจากตลาดได้จำนวนมหาศาล เช่น ถ้านำมาทำกรวยยางสำหรับงานจราจร แทนการใช้พลาสติก หากจะทำประมาณ 3 ล้านชิ้น จะใช้ยางเกือบ

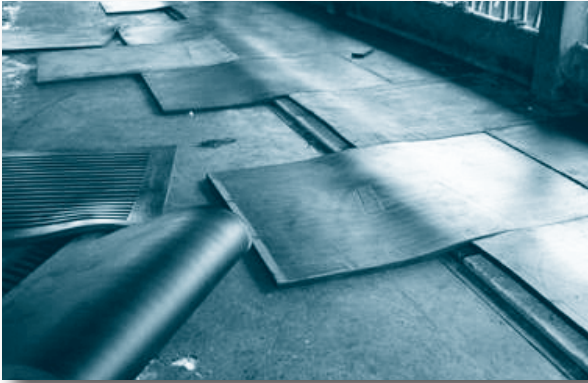
สี่พันตัน ถ้าทำบล็อกรปูพื้นหรือทางเดินหรือในโรงเรียนเพื่อทำสนามเด็กเล่น ซึ่งจะทนทานและให้ความปลอดภัยมากขึ้น กิจกรรมนี้จะใช้ยางมากถึงเกือบห้าหมื่นตัน

**“นำยางมาปูพื้นคอกโคนม
ซึ่งได้ผลดีมาก
เพราะสามารถลดการเกิดแผลของโคนม
เนื่องจากการล้มตัวลงนอน
ได้เป็นอย่างดี”**

ยังมีงานบางอย่างที่สามารถใช้ยางให้เป็นประโยชน์ได้และมีผลงานวิจัยรองรับเป็นอย่างดี เช่น การทำยางรองปูพื้นสระน้ำ เพื่อกันน้ำซึมในกรณีของดินทรายหรือป้องกันความเค็มจากดินเข้ามาปะปนน้ำในสระ

อีกงานหนึ่งที่น่าสนใจคือ การนำยางมาทำเป็นแผ่นสำหรับปูพื้นคอกปลูสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโคนม ซึ่งมีผลการวิจัยมาแล้วว่าได้ผลดีมาก เพราะสามารถลดการเกิดแผลของโคนมเนื่องจากการล้มตัวลงนอนได้เป็นอย่างดี ผลก็คือวัวจะมีสุขภาพดี จึงให้นมได้มากและไม่มีปัญหาเรื่องการต้องใช้อาหารเพื่อรักษาแผลดังกล่าว

ปัจจุบันทั่วโลกกำลังให้ความสนใจในเรื่องการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการใช้วัสดุรีไซเคิลหรือการนำของใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่อีก เรื่องของยางก็เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์สำคัญจากยางที่มีการใช้กันอย่างแพร่หลายและมีของเหลือทิ้งเมื่อ



หมดอายุจำนวนมาก นั่นก็คือยางรถยนต์ ซึ่งในแต่ละปีมียางรถยนต์ใช้แล้วจำนวนมาก จึงต้องมีวิธีการนำกลับมาใช้ใหม่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด

ยางรถยนต์ที่หมดสภาพเหล่านี้เมื่อนำมาแยกผ้าใบกับเหล็กและองค์ประกอบอื่นๆ ออก **แล้ววัดเป็นชิ้นเล็กๆ มีชื่อเรียกเฉพาะว่ายางครัมป์** ซึ่งปรากฏว่าในสหรัฐอเมริกามีตลาดใหญ่ที่ใช้ยางครัมป์คือ การใช้ทำถนนลาดยางหรือแอสฟัลท์ ซึ่งในแต่ละปีสามารถนำยางล้อรถยนต์มารีไซเคิลได้มากถึง 12 ล้านเส้นเพื่อการใช้งานอย่างเดียวนอกจากนั้นก็ยังมีการนำไปผลิตเป็นวัสดุรองพื้นในสนามหรือลานกีฬาต่างๆ ได้

เรื่องการตลาดของผลิตภัณฑ์เกษตรหรืออะไรก็ตามหนีไม่พ้นเรื่องของสมดุลระหว่างปริมาณความต้องการและปริมาณผลผลิต ทั้งสองอย่างนี้ส่งผลกระทบต่อเรื่องราคา ยางพาราก็เช่นกัน การที่ราคาตกต่ำเป็นเพราะว่า

เราผลิตได้มากเกินไปเกินความต้องการ แต่ที่สำคัญคือยางพาราเป็นพืชยืนต้น ปลูกหลายปีกว่าจะให้ผลผลิต และมีอายุใช้งานได้นานหลายปี หากจะโค่นทิ้งตามราคายางก็คงเป็นไปได้ ในเมื่อเราไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตได้ ก็ต้องหาทางสร้างความต้องการใช้ผลผลิตให้มากขึ้น ในอดีตที่ผ่านมาเราหวังพึ่งตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ **ดังนั้นทางรอดของยางพาราไทยก็คือ การสร้างปริมาณความต้องการใช้ประโยชน์จากยางพาราให้มากขึ้นภายในประเทศ** 📌

การส่งเสริมการลงทุน ในกิจการผลิตยางพารา

ปัจจุบันบีโอไอให้การส่งเสริมฯ กิจการผลิตยางพาราจากยางพาราใน 2 ประเภทกิจการ คือ

1. กลุ่ม A2 ประเภท 1.14.2 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ (ยกเว้นยางรัดของ ลูกโป่ง และแหวนยาง)

โดยจะได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี (จำกัดวงเงินยกเว้นภาษี) และสิทธิประโยชน์อื่นๆ

2. กลุ่ม A4 ประเภท 1.14.1 กิจการแปรรูปยางขึ้นต้น

โดยจะได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปี และสิทธิประโยชน์อื่นๆ



ลูก...แต่ไม่ลับ อุตสาหกรรมผลิตจักรยานได้หวั่น

เมื่อช่วงต้นปี 2558 จนถึงเดือนพฤษภาคม 2558 ที่ผ่านมา เกิดเหตุการณ์ร้ายๆ ต่อผู้ใช้จักรยานในประเทศไทยหลายครั้ง โดยเป็นเหตุการณ์มีทั้งนักปั่นจักรยานชาวไทย และนักปั่นจักรยานต่างประเทศ เสียชีวิตจากการขับขี่จักรยานในประเทศไทย ซึ่งผู้เขียนในฐานะของผู้ใช้จักรยานคนหนึ่ง ที่นิยมใช้จักรยานมาทำงาน และปั่นท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ก็ขอแสดงความเสียใจและไว้อาลัยมา ณ ที่นี้ด้วย

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเหล่านั้น อาจจะมีผลกระทบในแง่จิตใจของผู้ใช้จักรยานบางท่านอยู่บ้าง อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนก็ยังเชื่อมั่นว่ากระแสความนิยมใช้จักรยานในประเทศไทยก็ยังคงอยู่ในกระแสความสนใจ และเป็นธุรกิจที่น่าจับตามอง

วารสารส่งเสริมการลงทุน ฉบับเดือนมีนาคม 2558 ที่ผ่านมา ผู้เขียนได้เขียนบทความเรื่อง “จักรยานปรากฏการณ์ร้อนแรงแห่งปี” ผลปรากฏว่า ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และมีคนสนใจถามไถ่เรื่องราวเกี่ยวกับจักรยานเข้ามามาก ผู้เขียนจึงขอนำเรื่องราวที่เกี่ยวข้องต่อเนื่อง และนำเสนอในอุตสาหกรรมจักรยานมาบอกกล่าวให้ท่านผู้อ่านที่สนใจได้รับทราบเพิ่มเติม โดยเฉพาะ “อุตสาหกรรมผลิตจักรยานในไต้หวัน”





“ในช่วงปี ค.ศ. 1885 – 1905 จักรยานเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในทวีปยุโรป ซึ่งเป็นผู้คิดค้นจักรยาน”

ค.ศ. 1885 – 1905

20 ปีของยุคทองจักรยาน

จักรยานได้ถือกำเนิดขึ้นมาบนโลกใบนี้เมื่อประมาณ 150 ปีที่แล้ว ซึ่งจักรยานที่ผลิตขึ้นมาในครั้งแรกนั้นรูปร่างหน้าตาจะไม่เหมือนกับจักรยานที่พวกเราใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

จักรยานในยุคแรกนั้น จะใช้งานค่อนข้างยากจึงดูเหมือนอุปกรณ์เล่นกายกรรมมากกว่า อีกทั้งการใช้งานต้องใช้ทักษะของร่างกายมากและลំม่ง่ายมากจึงไม่ได้รับความนิยมในช่วงแรก จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1885 จักรยานได้ถูกออกแบบให้ใช้งานได้ง่ายและปลอดภัยมากขึ้น มีบันไดและโซ่จักรยานเหมือนที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

เมื่อจักรยานเริ่มมีการประดิษฐ์ให้ใช้งานได้ง่ายขึ้นจึงเริ่มมีความนิยม ในช่วงปี ค.ศ. 1885 - 1905 จักรยานเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในทวีปยุโรป ซึ่งเป็นผู้คิดค้นจักรยานและได้แพร่ขยายความนิยมใช้จักรยานเพื่อการเป็นพาหนะเข้าไปในประเทศสหรัฐอเมริกาด้วยเนื่องจากในช่วงเวลานั้นมีคณินทวีปยุโรปได้อพยพเข้าไปอยู่ในประเทศสหรัฐฯ เป็นจำนวนมาก

จุดเปลี่ยนของอุตสาหกรรมจักรยานครั้งใหญ่เริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1905 เมื่อเริ่มมีการผลิตรถยนต์ขึ้น

แต่ในช่วงแรกการผลิตรถยนต์ใช้เป็นการผลิตด้วยมือเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่นๆ แต่ในปี ค.ศ. 1920 FORD ได้ผลิตรถยนต์แบบที่เรียกกันว่า “Assembly Line” ในสหรัฐฯ ทำให้สามารถผลิตรถยนต์ได้เป็นจำนวนมาก โดยใช้เวลานั้นและการผลิตแบบนี้ก็ได้แพร่หลายไปทั่วโลกในเวลาต่อมา

เมื่อรถยนต์ได้ถูกสร้างขึ้นมาในราคาที่ทุกคนสามารถหาซื้อได้ และช่วยอำนวยความสะดวกให้เกิดชีวิตมากขึ้นสามารถเดินทางระยะทางไกลได้ในเวลาอันสั้น ทำให้คนหันมาใช้รถยนต์มากขึ้น และมีผลกระทบต่อจักรยานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จักรยานจึงเปลี่ยนพาหนะที่ใช้เดินทางมาเป็นพาหนะสำหรับเด็กแทน คนใช้จักรยานเพื่อการเดินทางก็น้อยลงเรื่อยๆ ซึ่งถือเป็นการสิ้นสุด 20 ปีทองของจักรยานในยุคแรก

“เริ่มมีการขยายกลุ่มเป้าหมาย

โดยเฉพาะกลุ่มเด็กที่เกิดและโต

ในช่วงสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2”

Baby Boom : Bicycle Boom

ความนิยมใช้จักรยานมาเริ่มขึ้นอีกครั้งในช่วงสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งจุดเริ่มต้นมาจากการที่ญี่ปุ่นประกาศสงครามกับสหรัฐฯ โดยการส่งเครื่องบินไปทิ้งระเบิดฐานทัพสหรัฐฯ ที่เพิร์ลฮาร์เบอร์ และทำให้ขยายไปสู่สงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในทวีปยุโรป

จากเหตุการณ์นั้น ทำให้สหรัฐฯ ส่งทหารที่คาดว่า มีจำนวนสูงถึง 6 ล้านคนไปร่วมรบในยุโรป เมื่อสงครามสิ้นสุดลง มีทหารจำนวนมากได้นำจักรยานจากยุโรปกลับไปด้วย และเริ่มมีการขยายกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเด็กที่เกิดและโตในช่วงสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งมีจำนวนมาก จนถูกขนานนามว่าเป็นยุค Baby Boom

ในปี ค.ศ 1970 จักรยานในสหรัฐฯ ได้มีการคิดค้นเพื่ออำนวยความสะดวกและฟื้นฟูแรงงานมากขึ้น โดยเริ่มมีการผลิตแบบ 10 เกียร์ จำนวนเริ่มแรกที่ผลิตคือ 200,000 คัน ปรากฏว่าได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ภายในปี ค.ศ. 1971 เพียง 1 ปีเท่านั้น **จำนวนยอดขายจักรยานแบบมีเกียร์ได้ขึ้นสูงไปถึง 8,000,000 คัน** ซึ่งเหตุการณ์นี้มีการเรียกขานกันว่า **“Bicycle Boom”** ที่อยู่ในช่วงใกล้เคียงกับยุค Baby Boom นั้นเอง

**“จักรยานที่ผลิตในญี่ปุ่น
มีต้นทุนที่ต่ำกว่าในสหรัฐฯ
ในขณะที่คุณภาพ
ก็ไม่แตกต่างกันมากนัก
จึงมีโรงงานผลิตที่ญี่ปุ่น
ในช่วงเวลานั้น”**

Outsource การผลิตสู่เอเชีย

เมื่อความต้องการจักรยานในสหรัฐฯ มีเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว โรงงานผลิตในสหรัฐฯ ไม่สามารถรองรับความต้องการได้ บวกกับค่าแรงงานที่สูง ผู้ผลิตหลายรายในสหรัฐฯ จึงเริ่มมองหาแหล่งผลิตจักรยานที่มีแรงงานถูกกว่าเพื่อลดต้นทุนการผลิต ในขณะที่ยังสามารถผลิตได้มากตามจำนวนที่ต้องการ

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ผู้ผลิตจักรยานในสหรัฐฯ สนใจไปตั้งโรงงานผลิตจักรยานที่นั่น ซึ่งในช่วงแรกถือว่าประสบความสำเร็จด้วยดี ทำให้จักรยานที่ผลิตในญี่ปุ่นมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ในขณะที่คุณภาพก็ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงมีจักรยานหลายยี่ห้อของสหรัฐฯ และยุโรป ไปตั้งโรงงานผลิตที่ญี่ปุ่นในช่วงเวลานั้น

แต่อย่างที่เรทราบกัน การผลิตจักรยานในญี่ปุ่นที่เน้นการผลิตที่ต้นทุนต่ำ ก็ไม่สามารถอยู่ที่นี่ได้นาน เพราะญี่ปุ่นในช่วงเวลานั้น เป็นเป้าหมายในการผลิต

หลายอุตสาหกรรมทั้งของญี่ปุ่นเองและต่างชาติ ทำให้ภาวะเศรษฐกิจของญี่ปุ่นเติบโตอย่างก้าวกระโดด ต้นทุนของอุตสาหกรรมจักรยานที่ต่ำในญี่ปุ่นก็สูงขึ้น จนกระทั่งมีต้นทุนที่สูงกว่าในประเทศเจ้าของยี่ห้อตนเอง ซึ่งมีความคิดเรื่องย้ายฐานการผลิตจักรยานจากญี่ปุ่นไปสู่ประเทศอื่นในเวลาต่อมา

ไต้หวันเป็นประเทศหนึ่งที่อยู่ในความสนใจในการย้ายฐานการผลิตจักรยานจากญี่ปุ่น เนื่องจากปัจจัยค่าแรงที่ถูกกว่าญี่ปุ่น รวมทั้งทักษะแรงงานที่ดีทำให้หลายแบรนด์ดังๆ ในวงการจักรยาน ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ **“Schwinn”** ได้ว่าจ้างโรงงานในไต้หวันผลิตจักรยาน และมีอีกหลายแบรนด์ดังมาว่าจ้างไต้หวันผลิตจักรยาน จึงส่งผลให้ในช่วงปี 1980-1998 ไต้หวันจึงเป็นอันดับหนึ่งของโลกด้านการผลิตและส่งออกจักรยาน มีปริมาณการผลิตมากกว่า 10 ล้านคัน ต่อปี

การเปิดประเทศของจีน

อุปสรรคและความท้าทายของไต้หวัน

หลังจากที่เป็นอันดับ 1 ของโลกด้านการผลิตและส่งออกจักรยานมาหลายปี จนในช่วงท้ายของทศวรรษที่ 1990 อุตสาหกรรมจักรยานในไต้หวันเริ่มพบกับความท้าทายครั้งใหญ่ นั่นคือการเปิดประเทศของจีน

ประเทศจีนในช่วงท้ายของทศวรรษ 1990 เป็นประเทศที่มีปริมาณการใช้จักรยานลำดับต้นๆ ของโลก มีโรงงานผลิตมากกว่าไต้หวันหลายเท่า รวมทั้งค่าแรงงาน



ในจีนที่ถูกกว่าไต้หวันอย่างมาก นอกจากนั้นนโยบายของรัฐบาลจีนในช่วงเวลานั้น ที่เริ่มเปิดประเทศและยอมรับการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น

จักรยานหลายแบรนด์ดังของโลกจึงเริ่มย้ายฐานการผลิตจากไต้หวันไปสู่ประเทศจีน ทำให้ยอดการผลิตจักรยานของไต้หวันลดลงอย่างมาก จากยอดการผลิตมากกว่า 10 ล้านคันต่อปี ลดลงเหลือไม่ถึง 2 ล้านคัน จนหลายคนคาดหมายว่า อุตสาหกรรมผลิตจักรยานในไต้หวันคงถึงเวลาล่มสลายแล้ว ไม่ต่างกับอุตสาหกรรมผลิตจักรยานในญี่ปุ่นก่อนหน้านี้

เมื่อเกิดวิกฤติดังกล่าวขึ้น แทนที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจักรยานในไต้หวันจะเรียกร้องความช่วยเหลือจากรัฐบาลหรือเลิกกิจการไป ผู้ประกอบการเหล่านั้นต่างรวมตัวกันเพื่อหาวิธีที่จะให้อุตสาหกรรมผลิตจักรยานในไต้หวันยังคงอยู่ต่อไป และที่สำคัญยังเป็นผู้ผลิตในลำดับต้นของโลกอีกด้วย ซึ่งถือเป็นความท้าทายของวงการอุตสาหกรรมจักรยานในไต้หวันในช่วงเวลานั้น

A-Team: Taiwan Model for Bicycle Industry

ก่อนที่จะมาทำความรู้จักว่า A-Team คืออะไร และมีผลต่ออุตสาหกรรมจักรยานไต้หวันอย่างไร ผู้เขียนขออนุญาตพาท่านผู้อ่านมารู้จักผู้ผลิตจักรยานรายหนึ่งของไต้หวันกันก่อน ซึ่งเป็นผู้ผลิตจักรยานยี่ห้อ “Giant”

Giant เดิมเป็นโรงงานผลิตจักรยานที่ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1972 ซึ่งวัตถุประสงค์การก่อตั้ง เพราะต้องการ

เป็นผู้รับจ้างผลิตจักรยานยี่ห้อ “Schwinn” ของสหรัฐฯ ที่เข้ามาจ้างโรงงานในไต้หวันผลิตเพื่อส่งออกไปทั่วโลก ซึ่งกิจการรับจ้างผลิต หรือ OEM ดังกล่าวดำเนินการไปด้วยดีในระยะเวลาหนึ่ง จนกระทั่งประเทศจีนเปิดประเทศ และชักชวนให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนในประเทศจีน

จักรยาน Schwinn ก็ไม่ต่างจากแบรนด์ระดับโลกรายอื่น ได้มีการถอนตัวจากไต้หวัน แล้วให้โรงงานที่ประเทศจีนผลิตให้แทน

ผู้บริหารของโรงงานที่ผลิตให้ Schwinn เห็นว่าไม่ควรปล่อยให้โรงงานของตนที่ผลิตจักรยานให้ Schwinn ต้องยกเลิกไป เหตุเพราะการย้ายฐานดังกล่าวแต่ควรจะต้องมีแบรนด์หรือยี่ห้อของตนเอง จึงได้ก่อตั้งแบรนด์จักรยาน “Giant” ขึ้น

ในช่วงแรกของจักรยาน Giant มีการผลิตและจำหน่ายเฉพาะจักรยานสำหรับนักเรียนเท่านั้น เนื่องจากคนไต้หวันในช่วงเวลานั้นมองว่า จักรยานเป็นสินค้าสำหรับเด็กและคนจนเท่านั้น ซึ่งแบรนด์ Giant เองก็ต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นถึงคุณภาพสินค้า รวมทั้งมีการต่อยอดไปสู่สินค้าใหม่ที่หลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการผลิตจักรยานเสือภูเขา จักรยานเสือหมอบ เป็นต้น และที่สำคัญ Giant ได้ลงทุนสนับสนุนทีมจักรยานของไต้หวันลงแข่งในรายการจักรยานที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของโลกคือ Tour de France ภาพลักษณ์ของแบรนด์นี้ในเวลาต่อมาจึงกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ดี และมีคุณภาพสูงในระดับโลก



**“จึงเกิดแนวความคิดว่า
ถ้ามีการร่วมมือกันให้โรงงานหลายๆ แห่ง
ทำชิ้นส่วนแยกกัน
แล้วค่อยมาประกอบเข้าด้วยกัน
จะง่าย และมีต้นทุนที่ต่ำกว่า”**

เมื่อเรารู้จักกับจักรยาน Giant แล้ว เรามาคูว่า จะเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับ A-Team ซึ่งเป็นผู้ผลักดันอุตสาหกรรมจักรยานของไต้หวันได้อย่างไร

การผลิตจักรยาน จะมีลักษณะเช่นเดียวกับการผลิตยานยนต์ เนื่องจากการผลิตจักรยานแต่ละคัน ต้องใช้ชิ้นส่วนจำนวนมาก และแต่ละโรงงานก็มีความชำนาญต่างกัน

บางโรงงานในไต้หวันจะผลิตทุกชิ้นส่วนเอง แต่ก็จะประสบปัญหา เนื่องจากจักรยาน 1 คันต้องใช้ชิ้นส่วนเยอะมาก ดังนั้นจึงเกิดแนวความคิดว่า ถ้ามีการร่วมมือกันให้โรงงานหลายๆ แห่งทำชิ้นส่วนแยกกัน แล้วค่อยมาประกอบเข้าด้วยกันจะง่าย และมีต้นทุนที่ต่ำกว่า

แนวความคิดการรวมกลุ่มผู้ประกอบการจักรยาน จึงเกิดขึ้น โดยมีผู้ผลิตจักรยานรายใหญ่ของไต้หวันคือ Giant เป็นผู้นำ โดยกลุ่มที่รวมกันนี้มีชื่อเรียกว่า “A-Team” นั่นเอง

สิ่งที่กลุ่ม A-Team ได้ดำเนินการมา มีดังนี้

1. เป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจักรยานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ มีตั้งแต่ผู้ผลิตชิ้นส่วนรายเล็ก จนถึงโรงงานประกอบจักรยานแบรนด์ระดับโลก

2. มีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันใน 3 เรื่องหลักคือ

- 1) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจักรยาน
- 2) การพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์
- 3) การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของตลาด


3. ยกระดับอุตสาหกรรมจักรยานของไต้หวันให้ไปสู่ระดับ Hi-end โดยเน้นเรื่องนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์จักรยานที่ผลิตในไต้หวัน

4. เสริมสร้างความชำนาญเฉพาะด้านของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน

ปัจจุบันกลุ่ม A-Team มีสมาชิกรวมกันมากกว่า 800 บริษัท ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการประเมิพบว่า

เป็นการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมจักรยานในไต้หวันกันอย่างจริงจัง โดยผู้ประกอบการขนาดเล็กมีส่วนเป็นอย่างมากในการพัฒนาของกลุ่ม A-Team นี้ เนื่องจากจักรยานเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อน ประกอบด้วยชิ้นส่วนมากกว่าร้อยชิ้น แต่ละชิ้นมีความซับซ้อนไม่เหมือนกัน ความสำคัญของของชิ้นส่วนต่างๆ มีผลต่อสมรรถนะของจักรยานมาก ดังนั้นโรงงานระดับ SMEs ที่เชี่ยวชาญชิ้นส่วนเพียงบางชิ้น จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมจักรยานของไต้หวันมาก

ผลการรวมตัวของกลุ่ม A-Team ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้อุตสาหกรรมจักรยานของไต้หวันสามารถกลับมาเป็นผู้นำในตลาดโลกได้อีกครั้ง โดยเฉพาะจักรยานระดับ Hi-end

ดังนั้นบทความ “ลึกล...แต่ไม่ลับ อุตสาหกรรมผลิตจักรยานไต้หวัน” นี้ นอกเหนือจากเนื้อหาสาระเกี่ยวกับจักรยานแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นถึงความร่วมมือกันภายในกลุ่มอุตสาหกรรมจักรยานไต้หวัน ที่ช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมจักรยานไต้หวันกลับมาอยู่ในระดับโลกอีกครั้งได้ ซึ่งถือว่าเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับกลุ่มผู้ประกอบการของไทยได้ปรับมาใช้ดังตัวอย่างของกลุ่ม A-Team นี้ 

สถานภาพการให้การส่งเสริมฯ กิจการผลิตจักรยานในปัจจุบัน

บีโอไอให้การส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตจักรยานตามประเภท 3.5 กิจการผลิตอุปกรณ์กีฬาหรือชิ้นส่วน โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีเพียง 2 โครงการเท่านั้นที่ได้รับการส่งเสริมฯ จากบีโอไอ ซึ่ง 1 ใน 2 ราย เป็นยี่ห้อของไทยเราเอง แต่อย่างไรก็ตามมีผู้ผลิตจักรยานในไทยอีกรายที่ดำเนินการโดยไม่ได้ขอรับการส่งเสริมฯ หรือเป็นโครงการที่ได้รับบีโอไอ แต่สิ้นสุดสิทธิประโยชน์ไปนานแล้ว



การพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทย



การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเป็นทั้งแหล่งนำเข้าเงินตราต่างประเทศ ก่อให้เกิดการสร้างงานและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงส่งผลให้เกิดการค้าและการลงทุนอีกด้วย

จากบทสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในไทยในเดือนธันวาคม 2557 มีจำนวนรวม 2.84 ล้านคน โดยมีนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออกมาที่สูงสุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ โอเชียเนีย

ตะวันออกกลาง โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวนสูงสุด 10 อันดับแรก คือ จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหราชอาณาจักร อินเดีย สหรัฐอเมริกา และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ตามลำดับ

นอกจากนี้ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 3 ที่ร้อยละ 11.8 ต่อปี โดยการขยายตัวมาจากนักท่องเที่ยว



จากประเทศจีน และมาเลเซีย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 มีจำนวน 7.45 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 7 ต่อปี และขยายตัวร้อยละ 13.9 ต่อไตรมาส ในขณะที่มีจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 24.77 ล้านคน โดยมีนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ โอเชียเนีย เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง อเมริกา และยุโรป ตามลำดับ

ส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวมีมูลค่ารวมประมาณ 1,147.65 พันล้านบาท อย่างไรก็ตามศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่าปี 2558 ในไตรมาสแรก จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 7.3 ล้านคน หรือคิดเป็นการเติบโตประมาณร้อยละ 15.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า และคาดการณ์ว่าจะสร้างรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวมีมูลค่าประมาณ 382,900 ล้านบาท

“แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

ปี 2555 – 2559

มีเป้าหมายให้ประเทศไทย

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

เป็นหนึ่งในห้าแหล่งท่องเที่ยว

สำคัญที่สุดในเอเชีย”



ปี 2558 การท่องเที่ยวไทยจะเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยตั้งแต่ต้นปี 2558 หน่วยงานภาครัฐต่างเร่งทำการตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยอย่างเข้มข้น ทั้งการจัดกิจกรรมภายในประเทศและการทำการตลาดในประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของไทย

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติปี 2555 - 2559 มีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก เป็นหนึ่งในห้าแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่สุดในเอเชีย สร้างรายได้อย่างสมดุลและยั่งยืนเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ซึ่งประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่หนึ่ง ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวให้มีความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดในโครงสร้างพื้นฐานระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในและระหว่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่สอง ยุทธศาสตร์การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่สาม ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้าการลงทุนด้านการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่สี่ ยุทธศาสตร์สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวมุ่งให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ทำตลาดเชิงรุกและจัดงานแสดงต่างๆ

ยุทธศาสตร์ที่ห้า ยุทธศาสตร์ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวมุ่งเน้นให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกัน

**“การส่งเสริมการลงทุน
ภายใต้ยุทธศาสตร์ใหม่
ปี 2558 – 2564
ได้มีมาตรการส่งเสริมการลงทุน
ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
ในหลายประเภทกิจการ”**

อย่างไรก็ตาม ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ประเทศไทยได้ให้การสนับสนุนการความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ภายใต้แผนงานความร่วมมือทั้งในภูมิภาค ซึ่งภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจดังกล่าว จะเป็นการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ความร่วมมือที่จะเชื่อมโยงไปสู่การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน ยุทธศาสตร์สำคัญคือ การเชื่อมโยงอาเซียนด้านโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมและขนส่งร่วมกันในอาเซียน จะเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมในอันดับต้นและจะเป็นพื้นฐานในการอำนวยความสะดวก เพื่อนำไปสู่การเชื่อมโยงยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสาขาอื่นๆ

สำหรับการส่งเสริมการลงทุนภายใต้ยุทธศาสตร์ใหม่ ปี 2558 - 2564 ได้มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

**การส่งเสริมการลงทุนในกิจการประเภท 7.22
กิจการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว**

- กิจการประเภท 7.22.2 กิจการบริการที่จอดรถท่องเที่ยว
- กิจการประเภท 7.22.1 กิจการเรือเฟอร์รี่หรือเดินเรือท่องเที่ยว หรือให้เช่าเรือท่องเที่ยว
- กิจการประเภท 7.22.3 กิจการสวนสนุก
- กิจการประเภท 7.22.4 กิจการศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรมหรือศูนย์ศิลปหัตถกรรม
- กิจการประเภท 7.22.5 กิจการสวนสัตว์เปิด
- กิจการประเภท 7.22.6 กิจการพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ



- กิจการประเภท 7.22.7 กิจการสนามแข่งขันยานยนต์
 - กิจการประเภท 7.22.8 กิจการกระเช้าไฟฟ้า
- การส่งเสริมการลงทุนในกิจการประเภท 7.23
กิจการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว**
- กิจการประเภท 7.23.1 กิจการโรงแรม
 - กิจการประเภท 7.23.2 กิจการหอประชุมขนาดใหญ่
 - กิจการประเภท 7.23.3 กิจการศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ
 - กิจการประเภท 7.23.4 กิจการศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 มีกรอบแนวคิดการพัฒนาคือ ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพ (การท่องเที่ยว) และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บนฐานของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่

ประการแรก ฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ประการที่สอง บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ประการที่สาม เสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาครัฐ



อุตสาหกรรมบันเทิง (เช่น ภาพยนตร์ แอนิเมชัน และ เกม เป็นต้น)

**“ในปี 2555 รัฐบาลญี่ปุ่น
ได้นำสินค้าวัฒนธรรมต่างๆ
มานำเสนอให้คนชาติอื่นได้คลั่งไคล้
ในรูปแบบที่ไม่มีชนชาติใด
จะสามารถเลียนแบบได้”**

“ญี่ปุ่น” ต้นแบบแห่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการนำมรดกทางวัฒนธรรมและองค์ความรู้ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศมาประยุกต์ใช้ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ โดยมุ่งต่อยอดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยการสร้างสรรค์คุณค่าตลอดห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกับประเทศคู่แข่งอย่างเด่นชัด

ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐและองค์การมหาชนหลายแห่งที่เริ่มมีบทบาทหน้าที่และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการดำเนินงานทั้งในระดับนโยบายและปฏิบัติ รวมทั้งการให้บริการด้านโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวโน้มการท่องเที่ยวกำลังเกิดกระแสการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวเริ่มแสวงหาประสบการณ์ตรงจากการสัมผัสวัฒนธรรมการดำเนินชีวิต และคึกฉิวชีวิต ชนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น จึงทำให้การท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการผสมผสานองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเข้ากับการวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามที่ได้บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (ปี 2555 - 2559) ผลที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดสินค้าวัฒนธรรม ได้แก่ แฟชั่น อาหาร

ตัวอย่างการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ และมีมนต์เสน่ห์ ความงดงามของประเทศที่ประสบความสำเร็จแล้ว เป็นต้นว่า ในปี 2555 รัฐบาลญี่ปุ่นได้นำสินค้าวัฒนธรรมต่างๆ มานำเสนอให้คนชาติอื่นได้คลั่งไคล้ในรูปแบบที่ไม่มีชนชาติใดจะสามารถเลียนแบบได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความนิยมญี่ปุ่นในต่างประเทศและส่งเสริมการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม ฟันฟู และกระตุ้นเศรษฐกิจญี่ปุ่นภายใต้โครงการ COOL JAPAN ซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ Growth Strategy ของประเทศญี่ปุ่น มีเป้าหมายเจาะตลาดในเอเชีย ยุโรป และอเมริกาเหนือเป็นอันดับแรก ทั้งนี้ประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในตลาดเป้าหมายที่ญี่ปุ่นมองว่ามีอำนาจซื้อและผู้ซื้อชาวไทยให้คุณค่าต่อสินค้าญี่ปุ่นสูงกว่าสินค้าจากแหล่งอื่น


แม้ว่าแนวคิดเรื่องการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นมีมานานแล้วก็ตาม ที่ผ่านมามาประเทศญี่ปุ่นจะเน้นด้านการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหลัก เช่น การส่งเสริมการจดลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร ซึ่งมีได้ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าในแง่การตลาดควบคู่ไปด้วย ประกอบกับการแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี จึงทำให้ยอดขายสินค้าวัฒนธรรมของญี่ปุ่นในตลาดโลก ยังไม่ได้สะท้อนความนิยมต่อวัฒนธรรมญี่ปุ่นเท่าที่ควร ทั้งนี้รัฐบาลญี่ปุ่นประมาณการว่าตลาดสินค้าวัฒนธรรมจะเป็นตลาด

ขนาดใหญ่และมีศักยภาพสูง โดยคาดว่าจะในปี 2563 มูลค่าตลาดโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 8.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งสัดส่วนของญี่ปุ่นน่าจะเติบโตได้ถึง 80,000 - 100,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

รัฐบาลญี่ปุ่นมองว่ายังมีวัฒนธรรมญี่ปุ่นสาขาต่างๆ อีกมากที่ชาวต่างชาติชื่นชอบ เช่น แฟชั่น ทรงผม การแต่งหน้า การพับกระดาษ รวมถึงสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและไลฟ์สไตล์

ที่ผ่านมารัฐบาลท้องถิ่นหรือจังหวัดต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการค้าของจังหวัด ด้วยการจัดคณะศิลปินวัฒนธรรมและนำสินค้าพื้นเมืองออกไปจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และแนะนำสินค้าในประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสินค้าญี่ปุ่นก็ได้รับความสนใจแม้ว่าจะมีราคาสูง จึงเป็นที่มาของนโยบายของรัฐบาลที่จะเริ่มส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรมอย่างจริงจัง เพื่อช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในท้องถิ่นที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ให้สามารถออกไปประกอบธุรกิจและเติบโตในต่างประเทศ

สำหรับประเทศไทย ควรจะมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยการปรับสภาพการจัดการ เพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนขอบเขตของการพัฒนา จำเป็นต้องครอบคลุมทุกองค์ประกอบ

ทุกส่วนของการท่องเที่ยว มีคุณภาพทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวจึงจะดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน มีนักท่องเที่ยวมาอย่างสม่ำเสมอ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมจากนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่น ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว พร้อมทั้งสามารถสร้างโอกาสให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคกันต่อไป 

ข้อมูลอ้างอิง

1. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. กรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศ
3. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
4. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
5. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
6. สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว

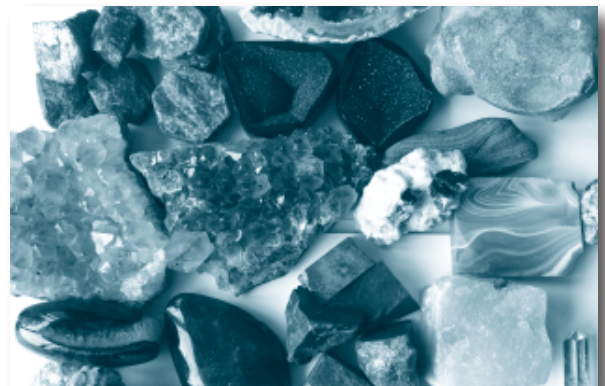


โอกาสและความท้าทาย ในตลาดส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับไทยปี 2558

การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ในปี 2558 ยังคงขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโลกและประเทศคู่ค้าเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการฟื้นตัวของประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่อย่างสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น หรือการชะลอตัวของตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพอย่างจีน และรัสเซียแล้วแต่มีผลต่ออุปสงค์การบริโภคสินค้านี้ไม่มากนักน้อย ดังนั้นสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลกในปีนี้ จึงมีทั้งโอกาสและความท้าทายในแต่ละตลาดสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์และแนวทางการตลาดที่แตกต่างกันไปในแต่ละตลาดและแต่ละประเภทสินค้า เพื่อผลักดันยอดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้สามารถขยายตัวได้ต่อไป

โอกาสและความท้าทายทางเศรษฐกิจ

สหรัฐฯ เป็นตลาดอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญที่สุดของไทย จากภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ที่ขยายตัวได้อย่างแข็งแกร่ง ทำให้กองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF คาดว่าเศรษฐกิจจะเติบโตได้ร้อยละ 3.6 ในปี 2558 และร้อยละ 3.3 ในปี 2559 ซึ่งถือว่าสูงมากตามมาตรฐานของประเทศพัฒนาแล้ว **ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวสหรัฐฯ มีความเชื่อมั่นในเศรษฐกิจ ซึ่งช่วยให้ความต้องการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มขึ้น** เช่นเดียวกับเยอรมนี ซึ่งเป็นประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่สุดของสหภาพยุโรปที่เติบโตได้ดี และมีอุปสงค์



การบริโภคสินค้าโดยเฉพาะเครื่องประดับเงินอย่างต่อเนื่อง แม้ประเทศอื่นๆ อย่างกรีซ จะยังประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ แต่จากการออกมาตรการผ่อนคลายทางการเงินเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของธนาคารกลางยุโรปต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 19 เดือนน่าจะช่วยพยุงเศรษฐกิจยุโรปในภาพรวมให้ปรับตัวดีขึ้น โดย IMF คาดว่าเศรษฐกิจของสหภาพยุโรปจะขยายตัวได้ราวร้อยละ 1.2 และร้อยละ 1.4 ในปี 2558 และปี 2559 ตามลำดับ

ส่วนตลาดญี่ปุ่นเศรษฐกิจเริ่มขยายตัวดีขึ้นเล็กน้อยในปีนี้ ซึ่ง IMF คาดว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นราวร้อยละ 0.6 และร้อยละ 0.8 ในปี 2558 และปี 2559 ตามลำดับ แม้การเลื่อนกำหนดปรับขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่มระยะที่สองจากร้อยละ 8 เป็นร้อยละ 10 จะเริ่มมีผลในเดือนตุลาคม 2560 จากเดิมที่ได้กำหนดในปี 2558 ประกอบกับราคาน้ำมันที่ลดลง จะช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายและมีผลให้ผู้บริโภคมีเงินเหลือสำหรับใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น หากแต่ผู้บริโภคบางส่วนก็ยังลังเลที่จะใช้จ่ายสินค้าฟุ่มเฟือย และมีโอกาสที่คนญี่ปุ่นจะเก็บออมเงินเพื่อรองรับการปรับขึ้นภาษีอัตรากบฏก็ได้ จึงอาจมีผลกระทบต่ออุปสงค์การบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดนี้

ขณะที่จีนซึ่งเป็นตลาดส่งออกศักยภาพใหม่ของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีแนวโน้มที่กำลังซบเซา เนื่องจากเศรษฐกิจชะลอการเติบโตต่อเนื่องเหลือเพียงราวร้อยละ 7 ในปีนี้ตามการคาดการณ์ของ

รัฐบาลจีน จากนโยบายปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่ จากเดิมที่เน้นการเติบโตจากการส่งออกและการลงทุนมาเป็นเน้นการบริโภคภายในประเทศ เพื่อให้เศรษฐกิจจีนเติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบกับมาตรการปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเข้มงวด ก็มีผลให้คนจีนจับจ่ายใช้สอยสินค้าฟุ่มเฟือยน้อยลง ซึ่งอาจกระทบต่อความต้องการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับและส่งผลกระทบต่อเนื่องมาจากการส่งออกสินค้าไทยไปยังจีนหรือการส่งออกผ่านไปยังฮ่องกงเพื่อเข้าจีนอีกทอดหนึ่ง

สำหรับรัสเซียซึ่งเคยเป็นตลาดส่งออกดาวรุ่งของไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาก็กำลังประสบปัญหาอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นกระทบต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอันมีปัจจัยมาจากมาตรการคว่ำบาตรของชาติตะวันตกและราคาน้ำมันดิบซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศลดลงจนกดดันให้เงินรูเบิลอ่อนค่าลงมากตั้งแต่ปลายปี 2557 จนมีผลให้เศรษฐกิจของรัสเซียกำลังเข้าสู่ภาวะถดถอย ล่าสุดธนาคารกลางรัสเซียได้คาดว่าเศรษฐกิจในปี 2558 จะหดตัวลงราวร้อยละ 3.5-4 ประกอบกับในปีนี้น้ำมันยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำและค่าเงินรูเบิลที่ลดลง ทำให้รายได้ของชาวรัสเซียลดลง ผู้บริโภคจึงระมัดระวังการใช้จ่ายซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยและลดการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับส่งผลให้ยอดส่งออกสินค้าไทยโดยเฉพาะเครื่องประดับเงินไปยังรัสเซียในปีนี้มีแนวโน้มลดต่ำลงอย่างชัดเจน

**“อีกทั้งจากการรวมตัวกันเป็น
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
กำลังกลายเป็นฐานตลาดผู้บริโภค
ขนาดใหญ่ที่ประชากรมีรายได้สูงขึ้น”**

อย่างไรก็ดี สำหรับอาเซียนซึ่งถือเป็นตลาดใหม่ที่ภาคเอกชนบางส่วนเริ่มให้ความสนใจนั้น ยังคงรักษาแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับสูง โดยหาก



พิจารณาในรายประเทศ IMF คาดการณ์ว่า ในปีนี้ เศรษฐกิจกลุ่มอาเซียนเดิม ได้แก่ สิงคโปร์และบรูไน จะขยายตัวร้อยละ 3.0 มาเลเซียร้อยละ 4.7 อินโดนีเซีย ร้อยละ 5.2 ฟิลิปปินส์ร้อยละ 6.5 ส่วนกลุ่มอาเซียน ใหม่ (CLMV) อย่างกัมพูชาเติบโตได้ร้อยละ 7.5 สปป.ลาว ร้อยละ 6.4 เมียนมาร์ร้อยละ 8.5 และเวียดนาม ร้อยละ 5.6 อีกทั้งจากการรวมตัวกันเป็นประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ทำให้กลายเป็นฐานตลาดผู้บริโภค ขนาดใหญ่ที่ประชากรมีรายได้สูงขึ้น เกิดกลุ่มชนชั้นกลาง ภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นซึ่งต่างมีความต้องการซื้อ สินค้าฟุ่มเฟือยมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้น IMF ยังคาดว่ารายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศกลุ่ม CLMV จะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่ง จะทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น จึงมีผลให้ การส่งออกสินค้าไปยังตลาดอาเซียนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ตามลำดับ

ตลาดส่งออกดาวรุ่ง

จากมุมมองของกูรูในแวดวงอัญมณีและเครื่องประดับ หลายท่านเห็นว่า **ตลาดส่งออกที่มีศักยภาพในปีนี้ก็คือ สหรัฐฯ เยอรมนี ฝรั่งเศส สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ เอเชีย** สำหรับสหรัฐฯ เศรษฐกิจกำลังฟื้นตัวอย่าง ต่อเนื่อง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการจับจ่ายใช้สอย สินค้ามากขึ้น

“ในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2558

ไทยสามารถส่งออกสินค้าอัญมณี

และเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)

ไปยังสหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.47”

ด้วยพฤติกรรมของคนสหรัฐฯ โดยมากมักชอบ ซื้อสินค้าเครื่องประดับเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นและนิยม ปรับเปลี่ยนสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ จึงมีแนวโน้มที่อุปสงค์



การบริโภคสินค้าเครื่องประดับจะเพิ่มขึ้นในปีนี้ โดยเฉพาะสินค้ามูลค่าสูงอย่างเครื่องประดับทองที่นิยม เก็บสะสมเป็นสินทรัพย์และเป็นการลงทุน จากเดิมที่ ตลาดนี้เคยนิยมเครื่องประดับเงินอย่างมากในช่วง เศรษฐกิจถดถอย ทั้งนี้ในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2558 ไทยสามารถส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ไปยังสหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.47 คิดเป็นมูลค่าราว 7,107 ล้านบาท ซึ่งเป็นอัตราการ เติบโตต่อเนื่องจากปี 2557 แม้สินค้าส่งออกหลักอย่าง เครื่องประดับเงินจะปรับตัวลดลง หากแต่การส่งออก เครื่องประดับทองซึ่งเป็นสินค้าสำคัญรองลงมานั้น ขยายตัวได้เป็นอย่างดี

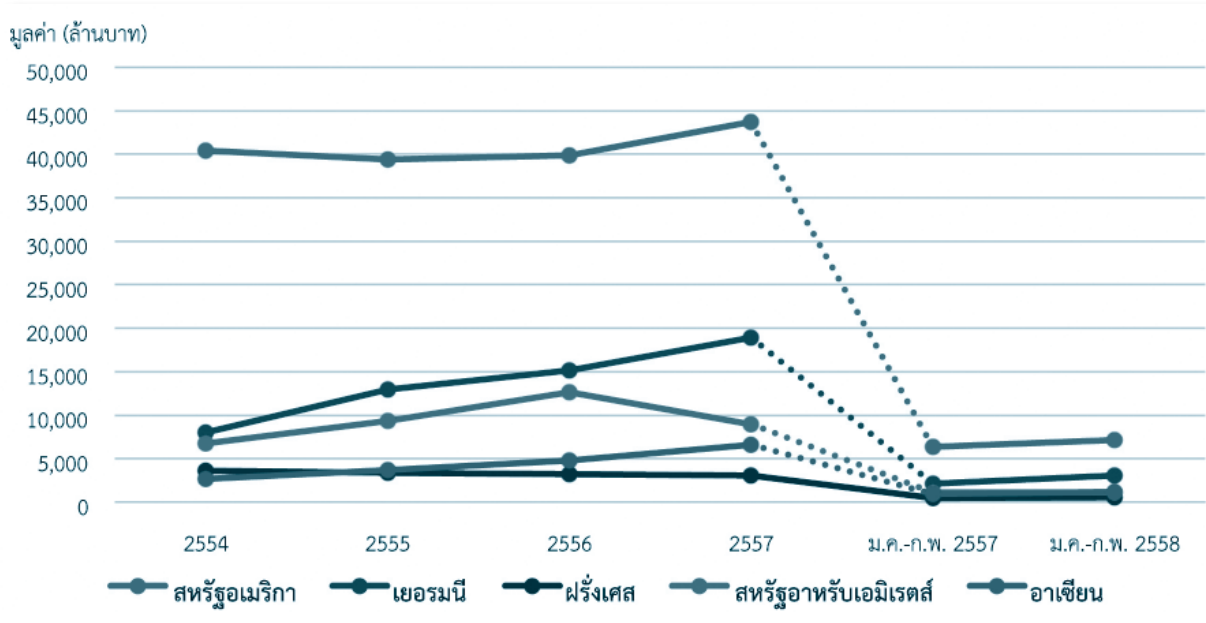
ส่วนตลาดยุโรปนั้นในภาพรวมมีแนวโน้มทรงตัว โดยมีเยอรมนีเป็นหัวหอกสำคัญในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจและการค้าของกลุ่มประเทศนี้ **เยอรมนีจึงเป็น ตลาดผู้บริโภคอัญมณีและเครื่องประดับรายสำคัญที่สุดในสหภาพยุโรป** จากสภาพเศรษฐกิจที่เติบโตอย่าง แข็งแกร่ง ทำให้ผู้บริโภคชาวเยอรมันมีกำลังซื้อสูง หาก แต่ด้วยพื้นฐานของชาวเยอรมันซึ่งเป็นพวกอนุรักษ์นิยม มีความมัธยัสถ์อดออม ใช้จ่ายเงินอย่างประหยัด และ ไม่นิยมซื้อสินค้าด้วยบัตรเครดิต จึงมีรสนิยมในการ เลือกรซื้อเครื่องประดับดีไซน์ทรูทันสมัยในราคาที่ไม่ สูงนัก มีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไป เครื่องประดับ เงินซึ่งมีราคาเยียมเยาจึงเป็นที่นิยมอย่างมากในตลาดนี้ เห็นได้จากยอดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

ข้อมูลบางส่วนจากการเสวนาหัวข้อ “มุมมองของกูรูอัญมณีและเครื่องประดับ พันทองตลาดดาวรุ่ง ตลาดดาวร่วง” ในงานสัมมนาเรื่อง “เจาะลึกเศรษฐกิจการค้าโลกปี 58 กูรู อัญมณีและเครื่องประดับพันทอง ตลาดดาวรุ่ง ตลาดดาวร่วง” จัดโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2558

(ไม่รวมทองคำ) ของไทยไปยังเยอรมนีในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2558 ที่มีมูลค่าขยายตัวต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ด้วยอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 42.90 หรือมี

มูลค่า 3,028 ล้านบาท จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงินที่ขยายตัวได้สูงมาก

มูลค่าส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ของไทยไปยังตลาดดาวรุ่ง ระหว่างปี 2554 – 2558



ที่มา กระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ขณะเดียวกันฝรั่งเศสก็นับเป็นตลาดส่งออกสำคัญอีกรายในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปที่มีมูลค่าเติบโตในแนวบวก จากสภาพเศรษฐกิจที่ขยายตัวได้ดีขึ้นในปีนี ทำให้ชาวฝรั่งเศสกลับมาจับจ่ายใช้สอยสินค้าเพิ่มขึ้น และมีผลให้อุปสงค์การบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย แต่ด้วยผู้บริโภคในตลาดนี้ค่อนข้างประหยัดคัมภีร์ จึงมักนิยมซื้อสินค้าที่มีมูลค่าเพื่อสะสมเป็นสินทรัพย์โดยเฉพาะเครื่องประดับทอง 18 กะรัต ตกแต่งอัญมณีมีแนวโน้มความต้องการมากขึ้นในปีนี้ โดยรูปแบบสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นสโตร์คลาสสิกไม่อิงกับแฟชั่นมากนัก และมีราคาไม่สูงมาก ซึ่งช่องทางจำหน่ายสินค้าเครื่องประดับที่สร้างยอดขายได้มากเป็นอันดับหนึ่งก็คือไฮเปอร์มาร์เก็ต

ทั้งนี้ ในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2558 การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ของไทยไปยังฝรั่งเศสกลับมาขยายตัวได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.17 คิดเป็นมูลค่า 507 ล้านบาท จากสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทองที่เติบโตได้ดี

“ปัจจุบันผู้ประกอบการต่างชาติบางส่วนได้เข้ามาตั้งธุรกิจในไทยและมักเลือกซื้อสินค้าติดตัวกลับไป หรือมีการส่งออกสินค้าไปยังปลายทางโดยตรงมากขึ้น จึงกระทบต่อยอดส่งออกสินค้าไทย”

สหรัฐอเมริกาหรือ**อเมริกา**ถือเป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพสูงสุดในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ด้วยกำลังซื้อของผู้บริโภคชาวอาหรับ รวมถึงชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ อีกทั้งยังเป็นฐานกระจายสินค้าต่อไปยังประเทศอื่นๆ ในตะวันออกกลางด้วย อย่างไรก็ตามหากพิจารณาการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาหรืออเมริกา เห็นได้ว่าเริ่มปรับตัวลดลงในปีที่ผ่านมา และในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2558 ด้วยอัตราขยายตัวลดลงร้อยละ 0.31 เหลือมูลค่าส่งออกราว 1,109 ล้านบาท อันเป็นผลมาจากรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการเติบโตของการส่งสินค้าไทยให้แก่ผู้ซื้อในบางประเทศ เช่น รัสเซีย อิหร่าน เป็นต้น มักส่งออกไปผ่านดูไบซึ่งเป็นฐานกระจายสินค้าสำคัญก่อนแล้วค่อยส่งต่อไปยังประเทศเหล่านั้นอีกทอดหนึ่ง

แต่ปัจจุบันผู้ประกอบการต่างชาติบางส่วนได้เข้ามาตั้งธุรกิจในประเทศไทยและมักเลือกซื้อสินค้าติดตัวกลับไป หรือมีการส่งออกสินค้าไปยังปลายทางโดยตรงมากขึ้น จึงกระทบต่อยอดส่งออกสินค้าไทยไปยังสหรัฐอเมริกาหรืออเมริกา หากแต่การบริโภคภายในตลาดนี้มิได้ลดน้อยลง โดยชาวอาหรับที่มีฐานะร่ำรวยนั้นนิยมซื้อเครื่องประดับทองคำตกแต่งอัญมณีเป็นเซตหรูหราขนาดใหญ่ครบชุด ส่วนผู้บริโภคในกลุ่มชนชั้นกลางเริ่มหันมาซื้อเครื่องประดับเงินชุบหรือเคลือบด้วยทองคำตกแต่งอัญมณีที่มีชิ้นงานขนาดใหญ่แทนมากขึ้น **อีกทั้งปัจจุบันชาวตะวันออกกลางมักชอบต่อรองราคา สินค้าไทยที่มีดีไซน์ร่วมสมัยตามเทรนด์ตะวันตก มีคุณภาพดีและสามารถต่อรองราคาได้ จึงเป็นที่นิยมค่อนข้างมากในตลาดนี้**

ตลาดอาเซียนเริ่มมีบทบาทมากขึ้นจากกำลังซื้อที่สูงขึ้นของประชากรในประเทศกำลังพัฒนาที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจต่อเนื่อง และการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยนอกเหนือจากสิงคโปร์และมาเลเซียซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลัก 2 อันดับแรกของไทยแล้ว **ตลาดดาวรุ่งที่มีศักยภาพในการบริโภคสูงขึ้น**


ก็คือ **เวียดนาม และอินโดนีเซีย** ซึ่งผู้ประกอบการไทยไม่ควรมองข้ามเร่งแสวงหาช่องทางเจาะตลาด โดยปัจจุบันรูปแบบการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) เกิดขึ้นมากมาย มีห้างสรรพสินค้าจำนวนมากตั้งอยู่ตามเมืองสำคัญต่างๆ อันเป็นช่องทางกระจายสินค้าไทยไปยังตลาดเหล่านี้ สำหรับสินค้าที่ได้รับความนิยมในสองตลาดนี้ นอกจากเครื่องประดับทอง 18 หรือ 22 กะรัต ตกแต่งอัญมณีแล้ว เครื่องประดับเงินในแนวแฟชั่นก็เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มคนรุ่นใหม่มากขึ้น โดยหากเป็นชิ้นงานที่มีดีไซน์สร้างสรรค์โดดเด่นหรือมีแบรนด์สินค้าก็จะเป็นที่ต้องการในตลาดอย่างมากสะท้อนได้จากมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ของไทยไปยังตลาดอาเซียนที่เติบโตได้อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด และในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2558 ก็ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 30.92 ด้วยมูลค่าส่งออก 1,195 ล้านบาท ซึ่งสินค้าส่งออกรายการสำคัญไม่ว่าจะเป็นเครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเทียม พลอยเนื้อแข็ง และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไนล้วนขยายตัวได้ดี

นอกจากนี้ แม้ปัจจุบันมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดอาเซียนจะยังมีมูลค่าและสัดส่วนไม่มากนัก แต่การค้าชายแดนระหว่างไทยและประเทศเพื่อนบ้านนั้นกลับมีมูลค่าค่อนข้างสูง โดยเฉพาะการค้าอัญมณีและเครื่องประดับผ่านชายแดนไปยัง สปป.ลาวและเมียนมาร์ มีเส้นทางที่ตีมากขึ้นตามลำดับ จากกำลังซื้อของผู้มีฐานะดีที่มักเดินทางเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในไทย โดยเฉพาะเครื่องประดับทองรูปพรรณและเครื่องประดับเพชรนั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก



ทั้งนี้ในการที่จะคว้าโอกาสหรือก้าวข้ามความท้าทายทางเศรษฐกิจ นอกเหนือจากผู้ประกอบการจะต้องรู้จักปรับตัวให้เท่าทันสถานการณ์ความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจโลก โดยต้องเร่งทำการตลาดเชิงรุกแสวงหาช่องทางตลาดใหม่ๆ ที่เหมาะกับจุดเด่นในธุรกิจของตนเพื่อขยายการส่งออกสินค้า และวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับศักยภาพทางธุรกิจ ผ่านการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์สินค้าในหลากหลายช่องทางแล้ว เนื่องจากนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องได้สร้างกระแสให้คนรุ่นใหม่หันไปให้ความสำคัญกับสินค้าเทคโนโลยีมากขึ้น กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น หรือที่เรียกว่า **คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennial Generation) จึงเน้นซื้อสินค้าเทคโนโลยีอย่างโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ตรุ่นใหม่มากกว่าเครื่องประดับ ซึ่งถือเป็นคู่แข่งที่มีอิทธิพลสูงต่อการบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมากยิ่งขึ้น** อีกทั้งเทคโนโลยียังจะมีบทบาทสำคัญต่อการออกแบบและการจำหน่ายสินค้าในอนาคตด้วย ฉะนั้นผู้ประกอบการ



จึงต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดหันมาเน้นการพัฒนาดีไซด์สินค้าให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสร้างสรรค์นวัตกรรมการผลิตเพื่อตอบโจทย์กลุ่มคนรุ่นใหม่ รวมถึงนำเสนอสินค้าในรูปแบบแปลกใหม่ให้สอดคล้องกับความนิยมและความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งพยายามสร้างแบรนด์สินค้าของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง 



โทบะ...เมืองแห่งไข่มุก

ผู้หญิงกับอัญมณีเป็นของคู่กัน และหากเอ่ยถึงเครื่องประดับที่ได้รับความนิยมของผู้หญิงแล้ว เชื่อว่าผู้หญิงหลายคน เทใจให้คะแนนไข่มุกเป็นอัญมณีในดวงใจ ตามตำนานเล่าว่าไข่มุกนั้นถือเป็นเครื่องประดับที่มีค่ามานานแล้ว แต่จากงานเขียนของนักประวัติศาสตร์ชาวอเมริกัน จอร์จ เฟรเดอริก คันซ (George Frederick Kunz) ในหนังสือเรื่อง The Book of The Pearl ในปี 2451 ที่ระบุไว้ว่าไข่มุกเม็ดแรกถูกพบโดยบังเอิญขณะที่ชาวประมงที่อาศัยอยู่ริมมหาสมุทรในภาคอินเดียนกำลังหาหอยนางรมเพื่อประทังชีวิต

“หนึ่งในแบรนด์ที่รู้จักอย่างกว้างขวางของผู้ที่นิยมไข่มุกก็คือ มิกิโมโตะ”

ต่อมาความนิยมไข่มุกเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ไข่มุกในธรรมชาติมีไม่เพียงพอับความต้องการของตลาดรวมทั้งขนาดและรูปร่างที่บิดเบี้ยว จึงไม่ได้รับความนิยมมากนัก ดังนั้นการเพาะเลี้ยงไข่มุกจึงถือกำเนิดขึ้น หนึ่งในประเทศที่มีชื่อเสียงในเรื่องของไข่มุกที่**เมื่อกล่าวถึง**

น้อยคนนักที่จะไม่รู้จักก็คือ “ญี่ปุ่น” ซึ่งได้รับการกล่าวขานว่าไข่มุกที่ผลิตจากประเทศนี้มีคุณภาพดี และมีความสวยงามแวววาว แต่จะมีสักกี่คนที่ทราบว่าเมืองที่ผลิตไข่มุกชั้นเลิศของญี่ปุ่นนั้นคือ เมืองเล็กๆ ที่มีชื่อว่า**โทบะ (Toba) ในจังหวัดมิเอะ (Mie Prefecture)**



มารู้จักจังหวัดมิเอะกันเถอะ

จังหวัดมิเอะตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของประเทศญี่ปุ่น หันหน้าออกสู่มหาสมุทรแปซิฟิก อยู่ระหว่างเมืองนาโงยา เมืองโอซาก้า และเมืองเกียวโต มีชายฝั่งยาวถึง 1,000 กิโลเมตร อากาศโดยทั่วไปอบอุ่น อุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ 14-15 องศาเซลเซียส และเมืองโทบะนั้นเป็นเมืองที่ตั้งอยู่บริเวณริมอ่าวโทบะ ทางด้านทิศตะวันออกของประเทศญี่ปุ่น

หนึ่งในแบรนด์ที่รู้จักอย่างกว้างขวางของผู้ที่นิยมไข่มุกก็คือ “มิกิโมโตะ” (Mikimoto) ซึ่งมาจากชื่อของผู้ที่เป็นเจ้าของและก่อตั้งแบรนด์นี้ คุณโคคิชิ มิกิโมโตะ (Kokichi Mikimoto) เกิดและเติบโตในครอบครัวที่ประกอบกิจการร้านอูด้ง ในเมืองโทบะ ยุคปลายสมัยเอโดะ แต่เนื่องจากกิจการทางบ้านไม่ดีขึ้น จึงต้องออกจากโรงเรียนเพื่อช่วยครอบครัว จนวันหนึ่งก็เกิดความคิดจะทำฟาร์มหอยมุกเนื่องจากความชอบไข่มุกตั้งแต่วัยเด็ก จึงคิดและได้ก่อตั้งฟาร์มเลี้ยงหอยมุกขึ้นในปี 2431

“ประสบความสำเร็จในการผลิตมุกเลี้ยง (Cultured Pearl) ได้เป็นแห่งแรกของโลก”

การดำเนินกิจการในระยะแรกนั้นไม่เป็นผลเนื่องจากในขณะนั้น ไข่มุกเป็นสิ่งที่ต้องพึ่งธรรมชาติเพียงอย่างเดียว จนกระทั่งในปี 2436 ด้วยความมุ่งมั่นและการศึกษาอย่างจริงจัง เขาจึงประสบความสำเร็จในการผลิตมุกเลี้ยง (Cultured Pearl) ได้เป็นแห่งแรกของโลก ซึ่งไข่มุกที่เกิดจากการเลี้ยงเป็นเม็ดแรกนั้นเป็นไข่มุกที่มีลักษณะไม่สมบูรณ์ กล่าวคือเป็นรูปครึ่งวงกลม จนอีก 12 ปีต่อมาเขาจึงสามารถเพาะเลี้ยงไข่มุกได้เป็นรูปทรงกลมอย่างสมบูรณ์ และจากความสำเร็จนี้เองทำให้เขาได้รับฉายาว่า **The Pearl King**

จากความสำเร็จที่เขาสามารถเลี้ยงไข่มุกได้สมบูรณ์ถึงกับประกาศต่อสาธารณชนถึงความปรารถนาที่เขาต้องการให้ผู้หญิงทุกๆ คนในโลกหันมาสวมสร้อยไข่มุก และตั้งแต่นั้นเอง อาณาจักรของมิกิโมโตะก็เริ่มต้นขึ้น โดยการเปิดร้านขายไข่มุกในเมืองต่างๆ ที่สำคัญในโลก เช่น ลอนดอน เซี่ยงไฮ้ นิวยอร์ก ปารีส ลอสแอนเจลิส ชิคาโก ซานฟรานซิสโก และมีสาขาใหญ่อยู่ที่กินซ่า ประเทศญี่ปุ่น

คุณโคคิชิ มิกิโมโตะ ยังได้รับการยกย่องและร่วมงานกับนักออกแบบชั้นนำหลายแบรนด์ โดยมีการ

ผสมผสานระหว่างการใช้ไข่มุกกับอัญมณีอื่นๆ เช่น ทองคำ ทองคำขาว พลอย เครื่องเงิน และมีการออกแบบดีไซน์ให้มีความทันสมัยด้วย ผลงานที่สำคัญและเป็นที่รู้จักกันทั่วไป เช่น การออกแบบมงกุฎ มิสยูนิเวิร์ส ที่เป็นทองคำขาวบริสุทธิ์ประดับด้วยเพชร และไข่มุกทะเลใต้ โดยการนำเอาไข่มุกมิกิโมโตะมาประดับลงในผลงาน เป็นต้น



คุณโคคิชิ มิกิโมโตะ
บิดาแห่งไข่มุกเลี้ยง



เหตุใดไข่มุกของมิกิโมโตะถึงมีราคาแพงกว่าแบรนด์อื่นๆ มาก

สาเหตุก็คือการเลี้ยงอย่างพิถีพิถัน และการคัดเลือกไข่มุกที่ดีที่สุดจากหลายร้อยเม็ดที่เลี้ยงในคราวเดียวกัน ซึ่งเป็นการรับประกันได้ว่าสิ่งที่ลูกค้าได้รับนั้นจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุดแล้วจริงๆ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจในคุณภาพของแบรนด์มิกิโมโตะมาโดยตลอด

ประเภทของไข่มุกนั้น สามารถแบ่งตามแหล่งกำเนิด ได้ดังต่อไปนี้

1) มุกอะโกยา (Akoya) อะโกยาเป็นไข่มุกชั้นดี ที่พบในประเทศญี่ปุ่น ถือเป็นไข่มุกที่มีความแวววาวที่สุด เมื่อเทียบกับไข่มุกประเภทอื่น มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง ประมาณ 2-10 มิลลิเมตร ไข่มุกอะโกยาอาจดูเหมือน ไข่มุกน้ำจืด แต่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกันแล้วจะเห็นถึงความแตกต่างอย่างชัดเจน กล่าวคือไข่มุกอะโกยาจะมี ขนาดใหญ่กว่า ผิวเรียบและรูปร่างกลมกว่า รวมถึงมีความแวววาวมากกว่าด้วย

2) มุกทะเลใต้ (South Sea Pearl) ไข่มุกประเภทนี้เติบโตในภูมิภาคเขตร้อนชื้น เช่น ในแถบ ออสเตรเลีย เมียนมาร์ อินโดนีเซีย และประเทศในแถบ แปซิฟิก มีขนาดใหญ่ตั้งแต่ 10 มิลลิเมตร จนถึง 20 มิลลิเมตร ราคาค่อนข้างสูงเพราะหาได้ยากและมีขนาดใหญ่ อายุของหอยมุก South Sea มีอายุถึง 15 ปี และสามารถสร้างไข่มุกได้ถึง 3 ครั้ง

3) มุกตาฮิติ (Tahitian Pearl) เป็นไข่มุกที่มี ขนาดใหญ่ที่พบบริเวณหมู่เกาะโพลินีเซีย เป็นไข่มุกที่มีความสวยงามและมีสีสันพิเศษคือ สีเทาอ่อน สีดำ ไป จนถึงสีเขียวและสีม่วง ด้วยขนาดและสีสันที่ผิดแผก แตกต่างจากไข่มุกปกติ จึงทำให้มุกตาฮิติมีราคาสูงมาก


4) มุกน้ำจืด (Freshwater Pearl) สามารถ พบได้บริเวณชายหาดหรือแม่น้ำทั่วๆ ไป เป็นไข่มุกที่สามารถเพาะเลี้ยงง่าย โดยเฉพาะในจีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ รวมทั้งไทย แต่ไข่มุกประเภทนี้จะมีความแวววาวน้อยกว่า ไข่มุกน้ำเค็ม ทำให้ไข่มุกน้ำจืดมีราคาที่ถูกกว่า แต่ก็ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

5) มุกมาบิ (Mabe Pearl) เป็นไข่มุกที่มีลักษณะ ครึ่งซีกที่เติบโตอยู่กับเปลือกหอยมุก แต่จะไม่เติบโตอยู่ใน ตัวหอยมุกจึงทำให้มีลักษณะครึ่งซีก เหมาะที่จะนำมาทำ ต่างหูหรือหัวแหวน โดยไข่มุกที่ได้จะมีขนาดเส้นผ่าน ศูนย์กลางประมาณ 8-10 มิลลิเมตร

วิธีดูว่าไข่มุกนั้นเป็นของแท้หรือของเทียม

ไข่มุกแท้จะมีความแข็งแรงและแวววาวมากกว่า ไข่มุกเทียม ซึ่งส่วนมากจะทำมาจากพลาสติกหรือโพลีเมอร์ ซึ่งปัจจุบันยังทำให้เหมือนขึ้นอีก โดยการพัฒนานำเปลือก หอยมาเคลือบบนผิว ทำให้มีลักษณะคล้ายไข่มุกแท้มาก นอกจากนั้นแล้วยังมีวิธีง่ายๆ ในการทดลองคือ นำไข่มุก มาถูกับฟัน หากเป็นไข่มุกจริงจะไม่เป็นรอย หรือหาก ล้มผล็วโดยลิ้นจะรู้สึกสากๆ หรือการใช้ไฟลน หากเป็น ของเทียม ไข่มุกก็จะไหม้ละลายหรือแตก แต่หากเป็น ไข่มุกแท้จะทนทานต่อความร้อน

ไข่มุกมีหลายสีและหลายรูปทรงซึ่งมีผลต่อราคา สำหรับรูปทรงนั้น ไข่มุกที่มีลักษณะกลม ไร้รอยตำหนิ ผิวเรียบเนียน ไม่ขรุขระ มีความแวววาวเสมอทั้งเม็ด จะราคาแพงที่สุด ส่วนสีนั้น สีของไข่มุกมีตั้งแต่สีขาว สีครีม สีเหลืองทอง สีชมพู สีเทา จนถึงสีดำ ซึ่งสีของ ไข่มุกขึ้นอยู่กับชนิดของหอยมุกและสภาวะแวดล้อมที่ หอยมุกอาศัยอยู่ ยิ่งสีที่แปลกและหายากยิ่งมีราคาสูง นอกจากนี้ ยังมีความเชื่อว่าไข่มุกแต่ละสียังมีความหมาย แตกต่างกันไป เช่น ไข่มุกสีขาว เป็นสัญลักษณ์ ของความมีอุดมคติหรือความเป็นเลิศ ไข่มุกสีชมพู แสดงถึงความสวยงาม ไข่มุกสีดำ หมายถึงปรัชญา เป็นต้น

ถึงตรงนี้แล้ว จะเห็นได้ว่าไข่มุกมีมุมของความ ละเอียดอ่อนสะท้อนความเป็นหญิง และมีความสมบูรณ์แบบ และสวยงามในตัวของมันเอง แต่ละสีแต่ละขนาดสะท้อน ให้เห็นถึงรสนิยมของผู้ใส่ได้เป็นอย่างดี แล้วผู้อ่านละคะ ไข่มุกที่คุณมีหรืออยากจะทำครอบครองนั้นมีรูปร่างหน้าตา เป็นอย่างไรกันบ้างคะ 



สิ่งน่ารู้... เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา



เมื่อกล่าวถึงทรัพย์สินทางปัญญา หลายคนอาจจะรู้จักคุ้นเคยกันเป็นอย่างดีอยู่แล้ว แต่อาจจะมีบางคนที่ยังรู้สึกที่ไม่เข้าใจว่าคืออะไร สำคัญอย่างไร ทำไมต้องมี ดังนั้นจึงขอนำเรื่องดังกล่าวมาเสนอถึงอีกครั้ง โดยผ่านมุมมองของ ดร.ใจรัก เอื้อชูเกียรติ นักวิชาการ สำนักงานจัดการสิทธิเทคโนโลยี ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)



ดร.ใจรัก เอื้อชูเกียรติ
นักวิชาการ สำนักงานจัดการสิทธิเทคโนโลยี
ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) หรือที่เรามักจะเรียกกันสั้นๆ ว่า “IP” นั้น หมายถึง ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น หรือสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งเน้นที่ผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญ โดยไม่คำนึงถึงชนิดของการสร้างสรรค์หรือวิธีในการแสดงออก เช่น สินค้าต่างๆ การบริการ กรรมวิธีการผลิตทางอุตสาหกรรม เป็นต้น

การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญานั้น ประกอบด้วย การสร้างสรรค์ การคุ้มครอง การใช้ประโยชน์ และการบังคับสิทธิ

สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญามีดังนี้

1. หากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิ สามารถติดต่อได้ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
2. ส่วนเรื่องเกี่ยวกับการบังคับสิทธิ ติดต่อได้ที่ศาลทรัพย์สินทางปัญญา และการค้าระหว่างประเทศกลาง ซึ่งตั้งอยู่ที่ศูนย์ราชการฯ ถนนแจ้งวัฒนะ อย่างไรก็ตาม หากใครถูกตัดสินเรื่องการบังคับสิทธิแล้ว แต่ยังไม่

พอใจในคำตัดสินนั้น จะต้องยื่นเรื่องอุทธรณ์ไปที่ ศาลฎีกาเท่านั้น

“ทรัพย์สินทางปัญญาแบ่งออกเป็น

7 ประเภท ประกอบด้วย ลิขสิทธิ์

สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า

ความลับทางการค้า การคุ้มครองพันธุ์พืช

แบบผังภูมิของวงจรรวม

และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์”

ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเข้าใจและมองเห็นถึงภาพ ความแตกต่างของทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภท จึงแบ่งประเภทของทรัพย์สินทางปัญญาออกเป็น 7 ประเภท ประกอบด้วย ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า การคุ้มครอง พันธุ์พืช แบบผังภูมิของวงจรรวม และสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ แต่ในบทความนี้จะขอกล่าวถึงเพียง 4 ประเภทแรกเท่านั้น เนื่องจากเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ประจำวันโดยรวมของทุกคนมากที่สุด



1. ลิขสิทธิ์ (Copyright) หมายถึง สิทธิแต่เพียง ผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ ได้ริเริ่มโดยการใช้สติปัญญาความรู้ ความสามารถและ ความวิริยอุตสาหะของตนเองในการสร้างสรรค์ โดยไม่ ลอกเลียนงานของผู้อื่น โดยงานที่ผู้สร้างสรรค์ต้องเป็นงาน

ตามประเภทที่กฎหมายลิขสิทธิ์ให้ความคุ้มครอง ทั้งนี้ ผู้สร้างสรรค์จะได้รับความคุ้มครองทันทีที่ผู้สร้างสรรค์โดย ไม่ต้องจดทะเบียน

สำหรับงานที่อยู่ในข่ายมีลิขสิทธิ์ อาทิ วรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่ภาพแพร่เสียง งาน อื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือ แผนกศิลปะ

งานที่ไม่มีลิขสิทธิ์ เช่น ข่าวประจำวัน และ ข้อเท็จจริงต่างๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสาร รัฐธรรมนูญ และกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง คำชี้แจง และหนังสือโต้ตอบของกระทรวง ทบวง กรม หรือ หน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่น คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ คำแปลและการรวบรวมสิ่งต่างๆ ข้างต้นที่กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือท้องถิ่นจัดทำขึ้น

การแบ่งเจ้าของลิขสิทธิ์ ตามประเภทการจ้าง

กรณีทั่วไป	จ้างแรงงาน	จ้างทำของ
ผู้สร้างสรรค์	ผู้สร้างสรรค์ เป็นเจ้าของแต่ นายจ้างมีสิทธิ เผยแพร่งาน	ผู้ว่าจ้าง
	ตกลงเป็น อย่างเป็นทางการ	ตกลงเป็น อย่างเป็นทางการ

ส่วนลิขสิทธิ์ในงานของรัฐนั้น ตามมาตรา 14 (พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์) กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใด ของรัฐหรือของท้องถิ่น ย่อมมีสิทธิในงานที่ได้ผู้สร้างสรรค์ขึ้น โดยการจ้างหรือตามคำสั่ง หรือในความควบคุมของตน เว้นแต่จะจะได้ตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่นโดยเป็นลายลักษณ์อักษร

การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นการดำเนินการโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของ ไม่ว่าจะเป็นการขาย เผยแพร่ แจกจ่าย นำเข้า ขายเพื่อหากำไร รวมทั้งทำซ้ำหรือดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน และให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา

อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น การนำมาเพื่อการวิจัยและศึกษา เพื่อประโยชน์ส่วนตัว ดิชม วิจารณ์ แนะนำ รายงานข่าวทางสื่อสารมวลชน ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสอน รวมถึงการทำซ้ำ การดัดแปลง เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาของศาลหรือเจ้าพนักงาน เพื่อประโยชน์ในการสอน และเพื่อแจกจ่ายหรือจำหน่ายแก่ผู้เรียน



2. สิทธิบัตร (Patent) หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ (Invention) หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) ที่มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนดเป็นสิทธิพิเศษ ที่ให้ผู้ประดิษฐ์คิดค้นหรือผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีสิทธิที่จะผลิตสินค้า จำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียว ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง สิทธิบัตรสามารถแบ่งออกเป็นดังนี้คือ



- **การประดิษฐ์ (Invention)** หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับลักษณะองค์ประกอบโครงสร้างหรือกลไกของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิตการรักษา

หรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น หรือทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมโดยมีขั้นตอนในการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น เช่น กลไกของเครื่องยนต์ ยารักษาโรค วิธีการในการเก็บรักษาพืชผักผลไม้ไม่ให้เน่าเสียเร็วเกินไป



- **การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design)** เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ๆ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้



- **อนุสิทธิบัตร (Petty Patent)** คือหนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์มีลักษณะคล้ายกับการประดิษฐ์แต่เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีระดับการพัฒนาเทคโนโลยีไม่สูงมากหรือเป็นการประดิษฐ์คิดค้นเพียงเล็กน้อย และมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น

การแบ่งเจ้าของสิทธิบัตร ตามประเภทการจ้าง

กรณีทั่วไป	จ้างแรงงาน
ผู้ประดิษฐ์	นายจ้าง
	เว้นแต่สัญญาจ้างระบุเป็นอย่างอื่น

**“ผู้ที่มีสิทธิได้รับค่าตอบแทนพิเศษ
ลูกจ้าง ข้าราชการ พนักงานองค์การของรัฐ
และพนักงานรัฐวิสาหกิจ”**

อย่างไรก็ตาม เมื่อเจ้าของสิทธิบัตรนั้น ดำเนินการ
จดสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นแล้ว ก็จะได้รับค่าตอบแทน

พิเศษด้วย โดยวัตถุประสงค์ของการจ่ายค่าตอบแทน
ดังกล่าว ก็เพื่อส่งเสริมให้มีการประดิษฐ์ และเพื่อ
ความเป็นธรรม ซึ่งผู้ที่มีสิทธิได้รับค่าตอบแทนพิเศษ
ประกอบด้วย ลูกจ้าง ข้าราชการ พนักงานองค์การของรัฐ
และพนักงานรัฐวิสาหกิจ หรืออาจจะมีการตกลงกัน
เป็นอย่างอื่น อาทิ หน่วยงานเอกชน (ตามมาตรา 12)
หน่วยงานของรัฐ (ตามมาตรา 13)

การละเมิดสิทธิบัตร

สิทธิของเจ้าของ	ข้อยกเว้น	การละเมิด
<ul style="list-style-type: none"> - ผลิต - ใช้ - ขาย - มีไว้เพื่อขาย - เสนอขาย - นำเข้า 	<ul style="list-style-type: none"> - การศึกษา ค้นคว้า ทดลอง หรือวิจัย - การผลิตหรือใช้โดยสุจริตก่อนวันยื่นขอรับสิทธิบัตร - การได้รับอนุญาตหรือยินยอมให้ผลิตหรือขายผลิตภัณฑ์ ฯลฯ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระทำการที่ไม่เข้าข้อยกเว้น - ไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของสิทธิ

สถิติการจดสิทธิบัตรในประเทศไทย

สิทธิบัตร	จำนวนการยื่นคำขอ/ (จำนวนการจดทะเบียน)	ไทย	ต่างประเทศ
การประดิษฐ์ (ปี 2522 - 2555)	111,939 (16,001)	13,881 (1,043)	98,058 (14,958)
การออกแบบผลิตภัณฑ์	58,911 (18,951)	39,569 (9,710)	19,342 (9,241)
อนุสิทธิบัตร (ปี 2542 - 2555)	17,936 (7,815)	16,871 (7,259)	1,065 (556)

ที่มา กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

5 อันดับประเทศที่ยื่นจดสิทธิบัตร ระหว่างปี 2544 - 2555

สิทธิบัตร	ประเทศ
รวมสิทธิบัตร	ไทย ญี่ปุ่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา อาเซียน
การประดิษฐ์	ญี่ปุ่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา ไทย อาเซียน
การออกแบบ	ไทย ญี่ปุ่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา อาเซียน

ที่มา กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์



3. **เครื่องหมายการค้า** หมายถึง เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์หรือตราที่ใช้กับสินค้าหรือบริการมีลักษณะบ่งเฉพาะ ไม่มีลักษณะต้องห้าม รวมทั้งต้องไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้ว ซึ่งเครื่องหมายที่ให้ความคุ้มครองตาม พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 มี 4 ประเภท ดังต่อไปนี้



- **เครื่องหมายการค้า (Trade Mark)** คือ เครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น เช่น บรีส มาม่า กระทิงแดง เป็นต้น



- **เครื่องหมายบริการ (Service Mark)** คือ เครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับบริการเพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายบริการของบุคคลอื่น เช่น เครื่องหมายของสายการบิน ธนาคาร โรงแรม เป็นต้น



- **เครื่องหมายรับรอง (Certification Mark)** คือ เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้า หรือบริการนั้นเช่น เซลล์ชวนชิม แม่ช้อยนางรำ ฮาลาล (Halal) เป็นต้น



- **เครื่องหมายร่วม (Collective Mark)** คือ เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้โดยบริษัทหรือวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกัน หรือโดยสมาชิกของสมาคม กลุ่มบุคคล หรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน เช่น ตราช้างของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด เป็นต้น

สถิติเครื่องหมายการค้า จำแนกตามประเภท ระหว่างปี 2535 – 2556

ประเภท	จำนวนการยื่นคำขอ	จำนวนการจดทะเบียน
เครื่องหมายการค้า	538,371	327,709
เครื่องหมายบริการ	98,990	58,922
เครื่องหมายรับรอง	344	253
เครื่องหมายร่วม	332	199
รวม	638,037	387,083

ที่มา กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

สถิติเครื่องหมายการค้าจำแนกไทย – ต่างประเทศ ระหว่างปี 2542 – 2556

จำนวน	ไทย	ต่างประเทศ
การยื่นคำขอ	332,971	185,493
การจดทะเบียน	188,318	126,760
รวม	518,464	315,078

ที่มา กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

การละเมิดเครื่องหมายการค้า

สิทธิของเจ้าของ	ข้อยกเว้น	การละเมิด
มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้า	กรณีที่เครื่องหมายเหมือนหรือคล้าย และต่างฝ่ายต่างเข้ามาโดยสุจริต อาจรับจดทะเบียนโดยกำหนดเงื่อนไข และข้อจำกัดเกี่ยวกับวิธีการใช้ และเขตแห่งการใช้เครื่องหมายการค้านั้น	ใช้เครื่องหมายการค้าของผู้อื่น โดยไม่ได้รับอนุญาต ที่พบเห็นเป็นประจำ เช่น เลื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ

4. ความลับทางการค้า (Trade Secret) หมายถึง ข้อมูลการค้าซึ่งยังไม่รู้จักกันโดยทั่วไปหรือยังเข้าถึงไม่ได้ในหมู่บุคคลซึ่งโดยปกติแล้วต้องเกี่ยวข้องกับข้อมูลดังกล่าวโดยเป็นข้อมูลที่นำไปใช้ประโยชน์ในทางการค้า เนื่องจากการเป็นความลับและเป็นข้อมูลที่เจ้าของหรือผู้มีหน้าที่ควบคุมความลับทางการค้าโดยใช้วิธีการที่เหมาะสมรักษาไว้เป็นความลับ

ข้อมูลการค้าจะเป็นสิ่งที่สื่อความหมายให้รู้ถึงข้อความ เรื่องราว ข้อเท็จจริงหรือสิ่งใดไม่ว่าการสื่อความหมายนั้นจะผ่านวิธีการใดๆ หรือจะจัดทำไว้ในรูปแบบใดก็ตาม นอกจากนี้ข้อมูลการค้ายังรวมถึง สูตร รูปแบบงานที่ได้รวบรวมหรือประกอบขึ้น โปรแกรมวิธีการเทคนิค หรือกรรมวิธีต่างๆ เช่น สูตรยา สูตรอาหาร สูตรเครื่องสำอาง กรรมวิธีการผลิต ข้อมูลการบริหารธุรกิจ

รายละเอียดเกี่ยวกับราคาสินค้ากลยุทธ์การโฆษณาสินค้า หรือแม้กระทั่งบัญชีรายชื่อลูกค้าก็อาจเป็นข้อมูลทางการค้าได้เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ความลับทางการค้ายังสามารถจำแนกชั้นความลับ ได้ดังนี้ Top Secret, Secret, Confidential และ Internal Use Only โดยอยู่ภายใต้การคุ้มครองของ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น หวังว่าทุกท่านคงพอจะแยกออกได้แล้วว่าอะไรเป็นลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า และความลับทางการค้า ซึ่งแต่ละประเภทยังมีความคุ้มครองให้กับผู้คิดค้น และสามารถเลือกความคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาให้เหมาะสมดังนี้

ระยะเวลาการคุ้มครองสิทธิ

จดทะเบียน	อัตโนมัติ/จดทะเบียน
<p>➤ ลิขสิทธิ์บัตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - การประดิษฐ์ 20 ปี - การออกแบบผลิตภัณฑ์ 10 ปี - อนุสิทธิบัตร 6 ปี และต่อได้ 2 ครั้งๆ ละ 2 ปี 	<p>➤ ลิขสิทธิ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - 50 ปี หลังจากผู้เป็นเจ้าของเสียชีวิต
<p>➤ เครื่องหมายการค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - 10 ปี นับตั้งแต่วันรับจดทะเบียน และต่ออายุได้อีกคราวละ 10 ปี โดยสามารถต่ออายุเฉพาะบางประเทศหรือทุกประเทศที่ได้รับความคุ้มครอง 	<p>➤ ความลับทางการค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัจจุบันกรมทรัพย์สินทางปัญญา ยกเลิกการจดทะเบียนแล้ว

นอกจากนี้ การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ยังสามารถเลือกความคุ้มครองได้หลายด้านพร้อมๆ กันได้ อาทิ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สามารถเลือกความคุ้มครองได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์

- งานวรรณกรรม
- โปรแกรมคอมพิวเตอร์
- ทัศนศิลป์ลงบนสื่อตัวกลาง

ลิขสิบัตร

- Technical Effect
- การควบคุมการทำงานด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ความลับทางการค้า

- Source Code
- รหัสในการเขียนโปรแกรม


ส่วนโทรศัพท์มือถือ ประเภทสมาร์ตโฟน น้ำอัดลม เครื่องดื่มบำรุงกำลังต่างๆ สามารถเลือกความคุ้มครองฯ ได้ถึง 4 ด้านพร้อมกันคือ **ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และความลับทางการค้า**

จะเห็นได้ว่า ทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภท นั้น มีข้อกำหนดและข้อห้ามในการใช้ที่แตกต่างกันไป การเลือกใช้ให้ถูกต้องและเหมาะสม จึงเป็นเรื่องที่ทุกคน ควรใส่ใจศึกษา และร่วมมือกันปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนด ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้อื่น

อย่างไรก็ตาม ในโลกของธุรกิจการค้า นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เนื่องจากในการประกอบธุรกิจการค้านั้น จะต้องมีการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อนำสินค้าหรือบริการนั้นไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งกรรมวิธีในการผลิตสินค้า หรือบริการที่มีคุณภาพตลอดจนชื่อ ยี่ห้อ หรือแบรนด์เนมของสินค้าหรือ

บริการ หรือชื่อในทางการค้าที่ผู้ประกอบการเกี่ยวข้องอยู่นั้น ล้วนอยู่ในขอบเขตของทรัพย์สินทางปัญญา

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกธุรกิจยุคใหม่ นับวันทรัพย์สินทางปัญญาจะมีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่รู้จักกันดีอยู่แล้วคือ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และความลับทางการค้า รวมถึงการคุ้มครองพันธุ์พืชแบบผังภูมิของวงจรรวม และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ ที่อาจจะตามมาในอนาคต

ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรจะได้ทราบและตระหนักถึงความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภท เพื่อจะได้นำไปใช้ประโยชน์ให้เหมาะสมกับกิจการ การคิดพิจารณา และดำเนินการตั้งแต่เริ่มแรกย่อมนำมาซึ่งผลตอบแทนอันทรงคุณค่าต่อการประกอบธุรกิจในระยะต่อไป 





ทำได้ดี

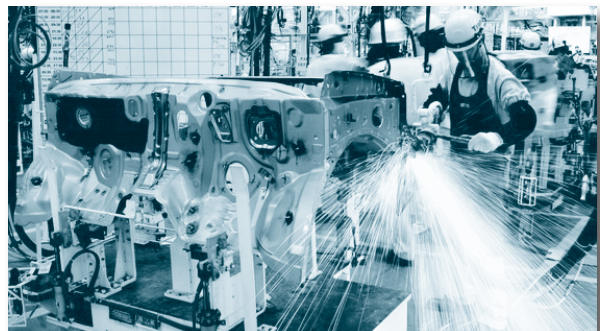
มาตรการยกเว้นภาษี

แก่การลงทุนปรับปรุงการผลิต

ผู้อ่านและผู้ติดตามข่าวสารของบีไอไอ คงจะพอทราบหลักการและรายละเอียดของ ยุทธศาสตร์ใหม่พอสมควรแล้ว วันนี้ผู้เขียน จึงอยากนำเสนอมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่มีความสำคัญต่อการลงทุน โดยเฉพาะโครงการที่ต้องการปรับปรุงการผลิตให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

ที่ผ่านมาบีไอไอเคยมีมาตรการส่งเสริมการลงทุน เพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อการประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน หรือการลดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมมาแล้ว โดยเป็นหนึ่งในมาตรการย่อยภายใต้ มาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่ง ได้สิ้นสุดไปเมื่อปี 2556

“มาตรการส่งเสริมการลงทุน เพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักร เพื่อการประหยัดพลังงาน ในช่วงที่ผ่านมา ถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ ในการยื่นแผนปฏิบัติงานตามมาตรการ จำนวน 81 โครงการ รวมมูลค่าเงินลงทุน 17,785 ล้านบาท”



ผลจากมาตรการดังกล่าวในช่วงที่ผ่านมา ถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการในการยื่นแผนปฏิบัติงานตามมาตรการจำนวน 81 โครงการ รวมมูลค่าเงินลงทุน 17,785 ล้านบาท อาทิ กลุ่มเคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก กิจการบริการและสาธารณูปโภค รวมถึงกิจการเกษตรกรรม และผลิตผลจากการเกษตร เป็นต้น **และจากการประเมินพบว่า มาตรการดังกล่าวช่วยให้เกิดการประหยัดพลังงานของประเทศมูลค่ากว่า 1,794.6 ล้านบาทต่อปี และสามารถส่งเสริมให้มีการใช้พลังงานชีวมวลทดแทนพลังงานจากฟอสซิล หรือน้ำมันมากขึ้น**

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือบอร์ดบีโอไอ จึงพิจารณาเห็นชอบให้บีโอไอออกมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการอีกครั้ง ซึ่ง **“มาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต”** มีเป้าหมายที่จะส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการอยู่แล้วในปัจจุบัน ทั้งกลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับส่งเสริมการลงทุน ดำเนินการลงทุนเพิ่มเพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อการประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนการวิจัยพัฒนา รวมถึงการออกแบบทางวิศวกรรมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต

โดยประกาศฉบับนี้ มีมาตรการย่อย ได้แก่

1. มาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการประหยัด



พลังงาน การใช้พลังงานทดแทน หรือการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเปิดให้ผู้ประกอบการที่สนใจเสนอแผนการลงทุนปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อการประหยัดพลังงาน การนำพลังงานทดแทนมาใช้ในกิจการ หรือการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามเกณฑ์หรือสัดส่วนที่กำหนด

2. มาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยผู้ประกอบการจะต้องเสนอแผนการลงทุนปรับเปลี่ยนเครื่องจักรตามเกณฑ์ที่กำหนด เช่น การนำระบบอัตโนมัติมาใช้ในสายการผลิตที่มีอยู่เดิม

3. มาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการวิจัย และออกแบบทางวิศวกรรมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ โดยผู้ประกอบการต้องเสนอแผนการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนาหรือออกแบบทางวิศวกรรมตามเกณฑ์ที่กำหนด และจะต้องมีการลงทุนหรือมีค่าใช้จ่ายด้านวิจัย และพัฒนาหรือออกแบบทางวิศวกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 1 ของยอดขายรวมใน 3 ปีแรก นับจากวันที่ยื่นขอรับส่งเสริมฯ ในกรณีเป็นผู้ประกอบการ SMEs ต้องลงทุนด้านวิจัยและพัฒนาหรือออกแบบทางวิศวกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของยอดขายรวมใน 3 ปีแรก นับจากวันที่ยื่นขอรับส่งเสริมฯ

นอกจากนี้ มาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต **ถือเป็นมาตรการที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11** ที่มียุทธศาสตร์หนึ่งในการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยมีแนวทางสำคัญ อาทิ การเพิ่มผลิตภาพและประสิทธิภาพในภาคอุตสาหกรรม ยกกระดับมาตรฐานการผลิต ส่งเสริมการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด และพลังงานทางเลือก


โครงการลงทุนใดที่สนใจจะลงทุนเพิ่มเพื่อประหยัดพลังงาน หรือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

หรือลงทุนเพิ่มเพื่อการวิจัยและออกแบบ จะต้องดำเนินกิจการตามประเภทกิจการที่บีโอไอได้ประกาศให้การส่งเสริมการลงทุน และมีขนาดการลงทุนไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน)

ส่วนโครงการลงทุนของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กำหนดให้มีเงินลงทุนเพียง 500,000 บาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน)

โดยจะได้รับสิทธิและประโยชน์ ในการยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรทุกชนิด ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปี เป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของเงินลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนในการปรับปรุง) โดยภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ได้รับยกเว้นจะคำนวณจากรายได้ของกิจการที่ดำเนินการอยู่เดิม



ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่สนใจจะต้องยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 3 ปี นับจากวันที่ออกบัตรส่งเสริม 

TAX FREE



เดินสายเชื่อมโยงอุตสาหกรรม "VMC Roadshow" ที่อยุธยา

หน่วยพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (BUILD) เดินหน้าจัดกิจกรรมเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง ในปี 2558 นี้ หน่วย BUILD เริ่มต้นปีด้วยกิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขาย (VMC) ครั้งที่ 246-248 และกิจกรรมตลาดกลางซื้อขายชิ้นส่วน (Market Place) ครั้งที่ 125 ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระหว่างวันที่ 11-12 กุมภาพันธ์ 2558

กิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขาย ครั้งที่ 246

บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด
(มีผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วม 48 บริษัท จำนวนทั้งสิ้น 73 คน)
ฮอนด้า นับเป็นหนึ่งในผู้ผลิตรถยนต์นั่งรายใหญ่ที่สุดของประเทศ มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันมีผู้จำหน่ายรวม 123 แห่ง กระจายอยู่ทั่วประเทศแทบทุกจังหวัด เพื่อให้ครอบคลุมการให้บริการลูกค้าอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและความนิยมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของผู้บริโภค นอกเหนือจากการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ ฮอนด้า

ยังเห็นความสำคัญในการใช้ประเทศไทยเป็นฐานในการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ในแถบภูมิภาคนี้ อันเป็นการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศอีกทางหนึ่งด้วย โดยปัจจุบันมีการประกอบรถรุ่น Accord, CRV, Civic, City และ Jazz และรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco-Car) รุ่น Brio และ Brio Amaze



กิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขาย ครั้งที่ 247

บริษัท แคนนอน ไฮ-เทค (ประเทศไทย) จำกัด
(มีผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วม 46 บริษัท จำนวนทั้งสิ้น 73 คน)
บริษัทแม่ CANON INC เป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ในการผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์หลายประเภท

แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่ Office Imaging Product, Peripheral Product, Image Communication, Inkjet Product, Optical Product สำหรับ Canon Hi-Tech เป็นบริษัทลูกที่ประกอบกิจการด้านกลุ่ม Inkjet Product ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม คือ Printer, Inkjet Printer, Laser Printer, Scanner, Toner Cartridges และ Toner มีโรงงานในประเทศไทย จีน และเวียดนาม



กิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขาย ครั้งที่ 248

บริษัท โอกิ ดาต้า แมนูแฟคเจอร์ริง (ไทยแลนด์) จำกัด (มีผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วม 44 บริษัท จำนวนทั้งสิ้น 69 คน)

บริษัท โอกิ ดาต้า แมนูแฟคเจอร์ริง (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิตเครื่อง Printer จากประเทศญี่ปุ่น โดยปัจจุบันโรงงานตั้งอยู่ภายในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ และมีพนักงานกว่า 1,500 คน




กิจกรรมตลาดกลางซื้อขายชิ้นส่วน (Market Place) ครั้งที่ 125

ณ ห้องชาบา โรงแรมกรุงศรี ริเวอร์ ออยุธยา

(มีผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วม 48 บริษัท จำนวนทั้งสิ้น 82 คน)

กิจกรรมตลาดกลางซื้อขายชิ้นส่วนจัดขึ้นเป็นประจำตลอดทั้งปี โดยหน่วย BUILD ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการจัดหาแหล่งเชื่อมโยงอุตสาหกรรมให้ผู้ซื้อและผู้ผลิตชิ้นส่วนมาพบกัน เสมือนเป็น One-Stop Sourcing Center สำหรับครั้งนี้จัดเป็นครั้งที่ 125 ควบคู่กับการจัดแสดงชิ้นส่วนของผู้ซื้อและผู้ผลิตชิ้นส่วน ในรูปแบบ **Mini Exhibition** ซึ่งภายในงานมีบริษัทที่สนใจเข้าร่วมเป็นผู้ซื้อจำนวน 8 ราย อีกทั้งยังมีผู้ประกอบการที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และบริเวณใกล้เคียง ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้เป็นจำนวนมาก



ผู้ประกอบการทั้งผู้ที่ต้องการจัดหาผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมต่างๆ จากผู้ผลิตในประเทศไทย และผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ข้างต้นสามารถติดต่อได้ที่หน่วย BUILD ที่ตั้งอยู่ภายในบีไอไอ โทรศัพท์ 0 2553 8111 กด 7 โทรสาร 0 2553 8325 เว็บไซต์ <http://build.boi.go.th> หรืออีเมล: build@boi.go.th 



โครงการอนุมัติให้การส่งเสริม การลงทุน เดือนเมษายน 2558

	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง
หมวด 1 เกษตรกรรมและผลิตผลทางการเกษตร						
1	นามหงส์น้ำมันปาล์ม จำกัด (ร่วมทุนไทย - มาเลเซีย)	น้ำมันปาล์มดิบ และเมล็ดในปาล์มอบแห้ง	1.12	495.00	180	กระบี่
2	นายกิตติพงษ์ พวงมาลา (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบ และเมล็ดในปาล์มอบแห้ง	1.12	359.10	65	สระบุรี
3	นางสาววิภาดา นิมิตรชัย (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เลี้ยงไก่เนื้อ	1.5	130.50	35	ลพบุรี
4	แวนด้าโพรเซ่น จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	อาหารบรรจุภาชนะผนึก เช่น พืชผักผลไม้ อาหาร พร้อมบริโภคและขนมหวาน	1.11	20.00	39	กาญจนบุรี
5	แอ็บโซลูท ปาล์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบ และเมล็ดในปาล์มอบแห้ง	1.12	450.00	71	สกลนคร
6	ยูนิวานิชน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - อังกฤษ - สวีเดน - นิวซีแลนด์)	น้ำมันปาล์มดิบ และเมล็ดในปาล์มอบแห้ง	1.12	324.60	76	นครศรีธรรมราช
7	เอ็นทรีพี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด (ร่วมทุนไทย - ปากีสถาน)	บริการรับฝากห้องเย็น	1.19	348.40	50	เชียงราย
8	ธัญมณฑลฟาร์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เลี้ยงไก่เนื้อ	1.5	24.00	31	นครราชสีมา
9	นายอนุฤทธิ์ เจริญพันธ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	เลี้ยงไก่เนื้อ	1.5	95.00	22	นครราชสีมา
10	นายอัมรินทร์ จุไรวรรณสุทธิ (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	เลี้ยงไก่เนื้อ	1.5	95.00	22	นครราชสีมา
11	นางสาวกรรณิการ์ จุไรวรรณสุทธิ (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 3)	เลี้ยงไก่เนื้อ	1.5	95.00	22	นครราชสีมา
12	นายภาณุวัฒน์ เจริญพันธ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 4)	เลี้ยงไก่เนื้อ	1.5	95.00	22	นครราชสีมา

	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง
13	นางสาวสิริกาญจน์ เสียงบุญ (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 5)	เลี้ยงไก่เนื้อ	1.5	41.50	14	ชัยภูมิ
14	MR. TYLER KURTZ (หุ้นแคนาดาทั้งสิ้น)	น้ำมันสังเคราะห์ จากยางรถยนต์ใช้แล้ว	1.18	4.30	6	ชลบุรี
15	ไบบุญ กฤษี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบ	1.10	56.60	30	ตราด
16	โรงสีข้าวพูนศักดิ์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ข้าวคัดคุณภาพ	1.14	50.00	30	สุรินทร์
17	อุบลเกษตรพลังงาน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แป้งแปรรูป (MODIFIED STARCH)	1.13	1,120.00	68	อุบลราชธานี
18	พีเอส ฟู๊ด โปรดิวส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไก่ชำแหละ	1.9	500.00	290	ชลบุรี
19	ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - อังกฤษ)	ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เช่น ขนมปังเบอร์เกอร์ ขนมปังซอทอดทั้งแบบมีไส้และไม่มีไส้	1.11	645.30	100	ฉะเชิงเทรา
20	ซี.เค. แอนด์ ซันส์ ฟาร์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ผลิตลูกสุกร	1.5	745.00	117	นครราชสีมา
21	ทีพีแคว้น คอร์ปอเรชั่น จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เชื้อเพลิงชีวมวลอัด (WOOD PELLET)	1.17	8.50	12	ลพบุรี
22	วงศ์ศิริ 2015 จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ยางแผ่นรมควัน	1.16	100.00	118	จันทบุรี
23	อาร์เอ็นวีลด์ รัปเบอร์ ทรี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ยางแท่ง (BLOCKED RUBBER)	1.16	180.00	122	ระยอง
24	แหลมทองฟาร์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ลูกไก่	1.5	195.00	82	สระบุรี

หมวด 2 เหมือนแร่ เซรามิก และโลหะขั้นมูลฐาน

1	มิลล์คอน สเปเชียล สตีล จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เหล็กลวด (STEEL WIRE ROD)	2.13	6,515.00	243	ระยอง
2	ทราฟ สตีล (ไทยแลนด์) จำกัด (ร่วมทุนสหรัฐฯ - อินเดีย)	การตัดโลหะและชิ้นส่วนโลหะ เช่น TRANSFORMER PART	2.16	7.50	40	สมุทรปราการ
3	สมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนเหล็กทุบ เช่น ชิ้นส่วนเพลซัปหลัง	2.16	385.90	14	ระยอง
4	ชินอ พรีซิชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนอะลูมิเนียม	2.17 และ 4.3	115.60	98	พระนครศรีอยุธยา
5	ไทยฟูโกก จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนเหล็กหล่อ และชิ้นส่วนโลหะ	2.15 และ 4.3	85.00	55	ฉะเชิงเทรา

	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง
6	คาวาโมโต บีม เอเซีย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนเหล็กหล่อ	2.15	127.90	132	พระนครศรีอยุธยา
7	นายสมมาตร ตันติเวชกุล (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนอะลูมิเนียม	2.17	140.00	60	ชลบุรี

หมวด 3 อุตสาหกรรมเบา

1	เทย์น เอฟอาร์เอ ไทร์ คอร์ค (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ผ้าใบไทร์คอร์ค (TIRE CORD FABRIC)	3.1	1,130.00	155	พระนครศรีอยุธยา
2	แพนดอว่า ไพรดักชั่น จำกัด (หุ้นแคนาดาทั้งสิ้น)	เครื่องประดับและชิ้นส่วน	3.7	2,362.20	4,993	ลำพูน
3	เอ็ม.อาร์.โอ. เฮลแคร์ จำกัด (ร่วมทุนไทย - ใต้หวัน)	ถุงมือทางการแพทย์ เช่น ถุงมือสำหรับการศัลยกรรม และถุงมือสำหรับตรวจโรค	3.9	499.00	430	ชลบุรี
4	คาร์ดินเนล เฮลท์ 222 (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นแคนาดาทั้งสิ้น)	ถุงมือศัลยกรรม (SURGICAL GLOVE)	3.9	1,531.10	499	ระยอง
5	เอโนวา โซลูชั่น จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องประดับ	3.7	4.50	61	เชียงใหม่
6	คาร์เปท เมกเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	พรม	3.1	50.00	300	ขอนแก่น
7	เอ แอนด์ ซี ไทย จำกัด (หุ้นเกาหลีใต้ทั้งสิ้น)	ร่มร่อนสำหรับ (PARAGLIDE)	3.5	70.00	105	ชลบุรี

หมวด 4 ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง

1	แมกนา ออโตเมทีฟ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนจีน - แคนาดา)	ชิ้นส่วนโลหะปั๊มขึ้นรูป และชิ้นส่วนโลหะ สำหรับยานพาหนะ เช่น CROSS MEMBER FLOOR และ FLOOR PANEL REINFORCEMENT ASSY	4.3 และ 4.10	1,665.30	195	ระยอง
2	โยโรซี (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะสำหรับยานพาหนะ เช่น ปีกนก เพลาลัง และโครงจับยึดเครื่องยนต์	4.10	1,520.00	158	ระยอง
3	ฮิตาชิ ออโตเมทีฟ ซิสเต็มส์ เอเชีย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น โครงสำหรับแม่ปั๊มน้ำมันเบรก และโครงสำหรับเบรกก้ามปู	4.10	1,000.00	125	ฉะเชิงเทรา
4	นาซี เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น BALL BEARING เป็นต้น	4.10	1,246.40	81	ระยอง
5	มารีอา โปรดักส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แผ่นฉนวนสำหรับยานพาหนะ เครื่องใช้ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์ อิเล็กทรอนิกส์	4.10 และ 5.3	4.50	10	สมุทรปราการ
6	นายสินชัย สิทธิเสถียรชัย (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ถังโลหะ	4.3	71.00	30	อุดรธานี

	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง
7	สยามฟูรูกาวา จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	เบตเตอร์สำหรับยานพาหนะ	4.10	85.00	30	สระบุรี
8	สมบุรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น เฟลาขับล้อหลัง (REAR AXLE SHAFT)	4.10	193.10	18	ระยอง
9	ศรีราชา คอนกรีตชั่น จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	โครงสร้างโลหะสำหรับงานก่อสร้าง หรืองานอุตสาหกรรม	4.19	190.00	869	ชลบุรี/ระยอง
10	สยามมิชลิน จำกัด (หุ้นฝรั่งเศสทั้งสิ้น)	ยางล้ออากาศยาน (AIRCRAFT TIRE)	4.10	1,498.50	54	สระบุรี
11	บีเอสเอสเอฟ เคมีแคท (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนญี่ปุ่น - เนเธอร์แลนด์)	ไส้กรองไอเสีย (EXHAUST CATALYST)	4.10	714.00	43	ระยอง
12	สยาม พูโก๊ก จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น ยางปัดน้ำฝน (WIPER BLADE RUBBER)	4.10	460.00	279	นครราชสีมา
13	บีเอสเอสเอฟ เคมีแคท (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนญี่ปุ่น - เนเธอร์แลนด์)	ไส้กรองไอเสีย (EXHAUST CATALYST)	4.10	714.00	43	ระยอง
14	คราวน์ เบ็บแคน แอนด์ โคลสเซอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - อังกฤษ - สิงคโปร์)	ตัวกระป๋องอะลูมิเนียม	4.3	650.00	54	สระบุรี
15	ไทย-ออสท์ อะลูมิเนียม จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - สิงคโปร์) (โครงการที่ 1)	ผลิตภัณฑ์โลหะ เช่น แผงบังแดด รั้ว หน้าต่าง และประตูอะลูมิเนียม	4.3	100.00	31	ขอนแก่น
16	ไทย-ออสท์ อะลูมิเนียม จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - สิงคโปร์) (โครงการที่ 2)	ผลิตภัณฑ์โลหะ เช่น แผงบังแดด รั้ว หน้าต่าง และประตูอะลูมิเนียม	4.3	96.40	63	กาญจนบุรี
17	ไทย-ออสท์ อะลูมิเนียม จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - สิงคโปร์) (โครงการที่ 3)	ผลิตภัณฑ์โลหะ เช่น แผงบังแดด รั้ว หน้าต่าง และประตูอะลูมิเนียม	4.3	96.40	63	กาญจนบุรี
18	ไทย-ออสท์ อะลูมิเนียม จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - สิงคโปร์) (โครงการที่ 4)	ผลิตภัณฑ์โลหะ เช่น แผงบังแดด รั้ว หน้าต่าง และประตูอะลูมิเนียม	4.3	100.00	31	ขอนแก่น
19	เซฟฟีเลอร์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น CLUTCH MASTER CYLINDER, CLUTCH SLAVE CYLINDER และ PIPE WITH VIBRATION DAMPER	4.10	218.50	29	ชลบุรี
20	เซฟฟีเลอร์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น HYDRAULIC/ MECHANICAL BELT TENSIONER	4.10	184.90	10	ชลบุรี
21	เซฟฟีเลอร์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น CLUTCH RELEASE BEARING	4.10	222.10	18	ชลบุรี

	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง
22	แซฟไฟเลอร์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น INTERMEDIATE SYNCHRONIZER RING	4.10	214.70	10	ชลบุรี
23	เอส.เค. พรีซิชั่น จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนอุปกรณ์จับยึด (JIG AND FIXTURE) และชิ้นส่วนโลหะ เช่น FITTING และ FLANGE	4.2 และ 4.3	17.00	18	ชลบุรี
24	โซยเจริญเทค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น ชิ้นส่วนใต้ท้องรถ และเฟรม	4.1	20.50	26	สมุทรปราการ
25	MR. ABHIMANYU SAHARAN (หุ้นอินเดียทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนเหล็กกลึงแต่ง (MACHINING) ที่ทึบขึ้นรูปเอง	4.3	50.00	56	ปราจีนบุรี
26	เอเอเอ ทีเอ็น จำกัด (ร่วมทุนไทย - จีน)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น ชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ และฝาครอบเบรก	4.3	69.00	47	ชลบุรี
27	ไทเซ โคเกียว (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะฉีดขึ้นรูป (METAL INJECTION MOLDING PART)	4.3	198.90	49	ปราจีนบุรี
28	อิสเส โมลด์ ไทยแลนด์ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ (MOLD PARTS) แม่พิมพ์ (MOLD) และการซ่อมแซมแม่พิมพ์	4.2	100.00	17	ชลบุรี
29	มงคลฟาสเทนเนอร์ส แอนด์พาร์ทส จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	สลักภัณฑ์ (FASTENERS)	4.1.3	115.00	61	ชลบุรี
30	เมทัล บิวลิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์โลหะ เช่น แผ่นหลังคา แปهلึงคา แผ่นบานเกล็ด และแผ่นปิดครอบ และชิ้นส่วนปั๊มขึ้นรูป เช่น ชาลิ้อก	4.3	70.00	24	ชลบุรี
31	พาราไคท์ เอเชีย จำกัด (หุ้นอินเดียทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น ANTI - VIBRATION PAD และ SOUND DEADENER PAD	4.10	50.50	50	ฉะเชิงเทรา
32	ซัมมิท ซูโกกุ เซอิร่า จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ รวมทั้งชิ้นส่วนโลหะ	4.3	70.00	47	ชลบุรี
33	ซัมมิท ซูโกกุ เซอิร่า จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ รวมทั้งชิ้นส่วนโลหะ	4.3	70.00	47	ชลบุรี
34	ซัมมิท ซูโกกุ เซอิร่า จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ รวมทั้งชิ้นส่วนโลหะ	4.3	70.00	47	ชลบุรี
35	MR. LI A LONG (หุ้นจีนทั้งสิ้น)	โซ่ส่งกำลัง	4.10	62.10	33	ระยอง
36	ซันเด้น (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - สิงคโปร์)	อุปกรณ์ปรับอากาศ (HVAC UNIT) สำหรับยานพาหนะ	4.10	43.90	19	พระนครศรีอยุธยา
37	ซันเด้น (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - สิงคโปร์)	อุปกรณ์ปรับอากาศ (HVAC UNIT) สำหรับยานพาหนะ	4.10	43.90	29	พระนครศรีอยุธยา
38	ฮาราซู (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	แม่พิมพ์ และการซ่อมแซมแม่พิมพ์ที่ผลิตเอง	4.2	107.60	11	ปราจีนบุรี

	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง
หมวด 5 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์						
1	MR. WEN-WHE PAN (หุ้นได้ทั้งหมด)	เซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Cell) และ แผงเซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Module)	5.5	9,822.00	1,560	ปทุมธานี
2	นอร์ด จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	3.19	15	กรุงเทพฯ
3	ไทยควอทซ์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	10.00	15	กรุงเทพฯ
4	MR. SVEN ERNST (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งหมด)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.60	22	เชียงใหม่
5	นายวุฒิ มณีโชติ (ร่วมทุนไทย - จีน)	แผงเซลล์แสงอาทิตย์ Solar Panel	5.5	22.00	42	ขอนแก่น
6	นางนันทิณี อัครพร (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.7	2.00	34	กรุงเทพฯ
7	ซีที เอเชีย โรโบติกส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	การออกแบบทางอิเล็กทรอนิกส์ และผลิตภัณฑ์จากการออกแบบ ทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น หุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุ	5.7	40.00	30	กรุงเทพฯ
8	เจียหวาย อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนจีน - ไต้หวัน)	CONNECTOR และ ชิ้นส่วน CONNECTOR TERMINAL CONNECTOR HOUSING CONNECTOR WAFER	5.5	30.00	53	ชลบุรี
9	เอ็ม ไอ เอส (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - เมียนมา)	WIRE HARNESS	5.3	22.00	167	ปทุมธานี
10	เดลต้า อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - ไต้หวัน - สิงคโปร์ - สหรัฐฯ - จีน)	ชิ้นส่วนและหรืออุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น DC FAN	5.5	354.00	500	ฉะเชิงเทรา
11	พานาโซนิค อินดัสเตรียล ดีไวซ์ ซังค์ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	PHOTOELECTRIC SENSOR และ LIGHT CURTAIN	5.4.4	115.20	130	พระนครศรีอยุธยา
หมวด 6 เคมีภัณฑ์ พลาสติก และกระดาษ						
1	บีเอสเอสเอฟ (ไทย) จำกัด (ร่วมทุนเยอรมนี - นิวซีแลนด์ - ฟิลิปปินส์ - สิงคโปร์)	SODIUM POLYACRYLATE (SUPER ABSORBENT POLYMER (SAP))	6.2	4,793.00	70	ระยอง
2	ครีเอทีฟ โพลีเมอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	COMPOUNDED RUBBER และ COMPOUNDED PLASTIC	6.12	128.00	70	ระยอง
3	ไทยนครพัฒนา จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ยาน้ำ (LIQUID MEDICINE)	6.5	60.00	22	นนทบุรี
4	นายภมรภรณ์ เล็กปรีชากุล (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	SODIUM SILICATE ชนิดของแข็งและของเหลว	6.2	225.00	80	ระยอง

	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง
5	นายภมรกรณ์ เล็กปรัชากุล (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	SODIUM SILICATE ชนิดของแข็งและของเหลว	6.2	215.00	80	ราชบุรี
6	ดีไอซี กราฟฟิค (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - สิงคโปร์)	สารให้สี (COLORANTS)	6.1	49.30	4	ชลบุรี
7	โอคิซิโมะ อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล (เอเชีย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สีทนความร้อน (HEAT RESISTANT PAINT)	6.1	8.80	19	ปราจีนบุรี
8	วาวา แพค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) โครงการที่ 1)	กระสอบพลาสติกสานและผ้าพลาสติกสาน	6.12	160.00	240	นครราชสีมา
9	วาวา แพค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) โครงการที่ 2)	กระสอบพลาสติกและผ้าพลาสติกสาน	6.12	160.00	420	นครราชสีมา
10	พี ไอ อินดัสทรี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	COMPOUNDED RUBBER	6.12	55.90	140	ระยอง
11	นายวิชัย ตูลยชัย (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์โฟม	6.12	129.00	73	ราชบุรี
12	นายชัยยุทธ พลดาทอายุ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ปุ๋ยเคมีผสม	6.6	100.00	103	ระยอง
13	วาวา แพค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ฟิล์มพลาสติกและบรรจุภัณฑ์พลาสติก	6.12	300.00	230	นครราชสีมา
14	สยาม คาเคียว จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติก	6.12	300.00	58	ฉะเชิงเทรา
15	3 เอ็ม ประเทศไทย จำกัด (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิ้น)	FLUOROELASTOMER COMPOUND	6.12	55.80	20	กรุงเทพฯ
16	อาบาเทก (เอเชีย) จำกัด (ร่วมทุนสวีตเซอร์แลนด์ - อินเดีย)	ชิ้นส่วนยางสังเคราะห์ สำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ	6.12	83.00	44	สมุทรปราการ
หมวด 7 กิจการบริการและสาธารณูปโภค						
1	ทิพย์สุพรรณบุรี ไปโอเอเนอเรีย จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงชีวมวล และไอน้ำ	7.1	342.00	36	สุพรรณบุรี
2	โกลบอลกรีนโฮลดิ้ง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงชีวมวล	7.1	1,015.00	34	สงขลา
3	แอ็ดวานซ์ โอโกร เอเชีย จำกัด (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอริจันไอร์แลนด์)	ไฟฟ้าและไอน้ำ	7.1	5,137.00	40	ฉะเชิงเทรา
4	ปรินทร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ	7.23	4,520.00	132	กรุงเทพฯ
5	ทีอาร์ไอ โซตตามะ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	40.00	7	ระยอง
6	แอลเทค เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	10.00	11	ชลบุรี

	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง
7	สยาม ชัน เอ็นจิเนียริง จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	147.20	22	ชลบุรี
8	อวาล สยาม จำกัด (หุ้นบาร์เรนทั้งสิ้น)	โรงแรม	7.23	1,900.00	260	กรุงเทพฯ
9	เอส ซี กรุ๊ป โฮลดิ้ง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ขนส่งทางเรือ	7.9	232.40	12	ไม่ระบุที่ตั้ง
10	นันทินี โฮลดิ้ง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เขตอุตสาหกรรม	7.8	632.00	4	อุดรธานี
11	บ่อทอง อินดัสทรี เทคโนโลยี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เขตอุตสาหกรรม	7.8	800.00	22	ปราจีนบุรี
12	เคฮิน เอเชี่ย แมงค็อก จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	บริการทดสอบทางวิทยาศาสตร์	7.21	40.80	12	พระนครศรีอยุธยา
13	MR. SCHUMANN ERNST WOLFGANG FRANZ (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ ระหว่างประเทศ	7.12	2.30	15	สมุทรปราการ
14	โยโรชิ เอ็นจิเนียริง ซิสเต็ม (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	บริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7.6	21.00	7	ระยอง
15	ทีซี ซีโร (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.7	51.00	16	ปทุมธานี
16	ซีโร พาวเวอร์เทรน จำกัด (ร่วมทุนสิงคโปร์ - มาเลเซีย)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.7	32.00	14	กรุงเทพฯ
17	เอ ซี เอส มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ขนส่งทางเรือ	7.3	107.10	22	ไม่ระบุที่ตั้ง
18	นางสาวศศิธร กิตติวิทย์กุล (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	วิจัยและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ยา และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	7.20	65.00	17	ปทุมธานี
19	อิมเมกอินเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	7.1	120.00	4	เพชรบุรี
20	อิมเมกอินเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	7.1	120.00	4	เพชรบุรี
21	Mr. Maor Mcallister (หุ้นสหรัฐอเมริกา ทั้งสิ้น)	สถานฝึกฝนวิชาชีพ	7.19	47.00	4	กรุงเทพฯ
22	มะขาม เมย์ มาริน่า จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการที่จอดรถท่องเที่ยว	7.3	479.50	29	ภูเก็ต
23	โรงพยาบาลย่นฮี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	7.1	480.00	6	นครปฐม
24	ฮอลส์ โฮลดิ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นจีนทั้งสิ้น)	สำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ	7.5	100.00	17	กรุงเทพฯ
25	เอสพี อิงค์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเนเธอร์แลนด์ทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.7	12.00	38	กรุงเทพฯ

	บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง
26	MR. HNG HUNG KAU (หุ้นสวีเดนทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.7	4.50	17	กรุงเทพฯ
27	เนชั่นเนล เพาเวอร์ แพลนท์ 5 เอ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1	6.30	2	ปราจีนบุรี
28	เนชั่นเนล เพาเวอร์ แพลนท์ 5 เอ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1	23.30	2	ปราจีนบุรี
29	เนชั่นเนล เพาเวอร์ แพลนท์ 5 เอ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1	3.40	2	ปราจีนบุรี
30	เนชั่นเนล เพาเวอร์ แพลนท์ 5 เอ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1	5.10	2	ปราจีนบุรี
31	เนชั่นเนล เพาเวอร์ แพลนท์ 5 เอ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1	3.20	2	ปราจีนบุรี
32	เนชั่นเนล เพาเวอร์ แพลนท์ 5 เอ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1	1.90	3	ปราจีนบุรี
33	เนชั่นเนล เพาเวอร์ แพลนท์ 5 เอ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1	1.90	2	ปราจีนบุรี
34	เนชั่นเนล เพาเวอร์ แพลนท์ 5 เอ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1	1.90	2	ปราจีนบุรี
35	ยันฮี แอนเน็กซ์ ไบโอแก๊ส จำกัด (ร่วมทุนไทย - ฮองกง - สิงคโปร์)	ไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ	7.1	111.50	10	สุพรรณบุรี
36	เจ.อี.โซลาร์ ลพบุรี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงาน แสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1.1.2	58.00	2	ลพบุรี
37	ไอคิว กรีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงาน แสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา	7.1.1.2	59.80	10	กาญจนบุรี
		รวม 7 หมวดอุตสาหกรรม		65,583.59	16,536	



พื้นที่ตรงนี้ นักลงทุน "มองเห็น"



"วารสารส่งเสริมการลงทุน"

วารสารรายเดือนเน้นด้วยเนื้อหาและข้อมูลด้านเศรษฐกิจและการลงทุน ด้วยยอดพิมพ์ 3,500 ฉบับ เผยแพร่แก่สมาชิกที่เป็นนักธุรกิจ นักลงทุน รวมทั้งหน่วยงาน และองค์กรที่ดำเนินงานเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมทั่วประเทศ

อัตราโฆษณาของ "วารสารส่งเสริมการลงทุน"

ตำแหน่งโฆษณา	พิมพ์	อัตรา/หน้า/ครั้ง (บาท)	หมายเหตุ
1. ปกหน้าใน	4 สี	35,000	• ลงโฆษณา 3 เดือน ลด 20% ลงโฆษณา 6 เดือน ลด 35% • อัตราค่าลงโฆษณาดังกล่าวเป็นราคาสุทธิ ไม่ต้องคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม และไม่ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย
2. หน้า 1	4 สี	35,000	
3. หน้า 2	4 สี	25,000	
4. หน้า 3	4 สี	25,000	
5. ปกหลังใน	4 สี	30,000	
6. ปกหลังนอก	4 สี	50,000	

สนใจลงโฆษณา กรุณาติดต่อ

กองบรรณาธิการ "วารสารส่งเสริมการลงทุน" ศูนย์บริการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
โทรศัพท์ 0 2553 8410 โทรสาร 0 2553 8222 อีเมล : head@boi.go.th เว็บไซต์ : www.boi.go.th





สมาคมสโมสรนักลงทุน ขอเชิญร่วมสัมมนา

มัดใจลูกค้า กลยุทธ์บริการขั้นเทพ

วันจันทร์ที่ 8 มิถุนายน 2558 เวลา 8.30-16.00 น.
ณ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ



หัวข้อการสัมมนา

- ความสำคัญของการแข่งขันในธุรกิจบริการ
- ระดับความพึงพอใจ...หัวใจการบริการ (Delighted – Satisfaction – Dissatisfaction)
- พฤติกรรมบริการที่เป็นเลิศ (Excellence Service Behavior)
 - มาตรฐานการบริการ แบบ Face to Face และ Call Service
 - มาตรฐานให้บริการลักษณะ Incoming Service และ Out going Service
- การพัฒนาบุคลิกภาพและศิลปะการสื่อสารเพื่อสร้างบริการที่ประทับใจ
 - ปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อการบริการที่ประทับใจ
 - เทคนิคการตอบ 3 ระดับ
 - เทคนิคการตอบ “ไม่” ด้วยคำว่า “ได้”
- ความแตกต่างระหว่างข้อโต้แย้งและคำร้องเรียนของลูกค้า
- การสื่อสารเพื่อรับมือกับข้อโต้แย้งและคำร้องเรียน
- การพัฒนาภาวะทางอารมณ์ (EQ) กับงานบริการ

- วิทยากรรับเชิญให้แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน
- อาจารย์พิเศษคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- ที่ปรึกษาฝ่ายฝึกอบรม โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ
- กรรมการบริหาร The Institute of High Performance Co., Ltd.

อาจารย์จุลชัย จุลเจือ

เหมาะสำหรับ

เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง
ผู้จัดการ / พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า
และผู้สนใจทั่วไป

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

แผนกฝึกอบรมและบริการนักลงทุน

☎ 0 2936 1429 ต่อ 206 (กรุงเทพมหานคร) โทรสาร 0 2936 1441 - 2

E-mail: kanjanac@ic.or.th หรือ www.ic.or.th

อัตราค่าสัมมนา

ประเภท	อัตราค่าสัมมนา	Pro 1 สมัคร 3 ท่าน ขึ้นไป ต่อ 1 บริษัท *	Pro 2 สมัคร 5 ท่าน ขึ้นไป ต่อ 1 บริษัท *	Pro 3 สมัครเลขจำนวน ก่อนวันที่ 22 พ.ค.58 *
สมาชิก	3,210	3,049.50	2,889	2,675
บุคคลทั่วไป	4,280	4,066	3,852	3,745

* อัตราข้างต้นเป็นราคาต่อ 1 ท่าน

อัตราเรียนค่าอาหาร อาหารว่าง อาหารกลางวัน และภาษีมูลค่าเพิ่ม
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมสามารถหักลดหย่อนภาษีได้ 200%

Service Excellence

คิดถึงการลงทุน คิดถึง

บีไอไอ

• สำนักงานในประเทศ •

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 1 (เชียงใหม่)
ห้อง 108 - 110 อาคารแอร์พอร์ท บีซิเนส ปาร์ค
เลขที่ 90 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ 50100
โทรศัพท์ 0 5320 3397 - 400
โทรสาร 0 5320 3404
อีเมล : chmai@boi.go.th

(พิษณุโลก)
59/15 อาคารไทยศิวาวัฒน์ 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 4421 3184 - 6 โทรสาร 0 4421 3182
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

• หน่วยงานบริการอื่นๆ •

สมาคมสโมสรนักลงทุน
อาคารทีพีแอนด์ที ชั้น 16 เลขที่ 1 ถนนวิภาวดีรังสิต
แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0 2936 1429 ต่อ 201 - 208 โทรสาร 0 2936 1441 - 2
อีเมล : is-investor@ic.or.th เว็บไซต์ : www.ic.or.th

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

ศูนย์บริการวิซ่าและใบอนุญาตทำงาน
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

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

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 5 (สงขลา)
7 - 15 อาคารไชยงค์ ถนนจตุทิศ 1
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
โทรศัพท์ 0 7434 7161 - 5
โทรสาร 0 7434 7160
อีเมล : songkhla@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 6 (สุราษฎร์ธานี)
49/21 - 22 ถนนศรีวิชัย ตำบลมะขามเตี้ย
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ 0 7728 4637, 0 7728 4435
โทรสาร 0 7728 4638
อีเมล : surat@boi.go.th

• สำนักงานในต่างประเทศ •

BEIJING : Thailand Board of Investment, Beijing Office
Royal Thai Embassy, No.40 Guang Hua Road., Beijing 100600 P.R.C.
Tel : +86-10-6532-4510 Fax : +86-10-6532-1620 Email : beijing@boi.go.th

FRANKFURT : Thailand Board of Investment, Frankfurt Office
Investment Section, Royal Thai Consulate-General
Bethmannstr. 58,5.0G 60311 Frankfurt am Main, Federal Republic of Germany
Tel : +49 (069) 92 91 230 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 Fl., Barrister Rajni Patel Marg,
Nariman Point, Mumbai, Maharashtra 400021
Tel : +(91 22) 2204 1589-90 Fax : +(91 22) 2282 1071 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, Koryo 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, 15th Floor, Crystal Century Tower,
567 Weihai Road., Shanghai 200041, P.R.C
Tel : +86-21-6288-9728-9 Fax : +86-21-6288-9730 Email : shanghai@boi.go.th

STOCKHOLM : Thailand Board of Investment, Stockholm Office
Stureplan 4C 4th Floor, 114 35 Stockholm, Sweden
Tel : +46 (0) 8463 1158, +46 (0) 8463 1174-75 Fax : +46 (0) 8463 1160
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 Tel : +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 Rd., Sec. 5 Taipei 110, Taiwan R.O.C.
Tel : +886-2-2345-6663 Fax : +886-2-2345-9223 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 E-mail : tyo@boi.go.th

