



สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ว าร ส าร

ปีที่ 25 ฉบับที่ 5 พฤษภาคม 2557 ♦ www.boi.go.th

ส่งเสริมการลงทุน

INVESTMENT PROMOTION JOURNAL

Big Bike



5 Dimension for Sustainability

Physical Dimension : focusing on eco-design on structural construction, and amenities for maximum environmental conservation, cost-efficiency and safety.

Economic Dimension : creating economic growth with a balance in local sustainability and quality of life of people.



Environment Dimension : creating a balance in environmental resources, input-output production processes and eco-efficiency, aiming towards:

Recycling - Oriented Society using the 3Rs principle (Reduce, Reuse and Recycle)

Low Carbon Industrial Estate and Industrial Symbiosis Networks with sharing activities for sustainability and cost reduction

Social Dimension : creating sustainable happiness and good quality of life of employees in industrial estates, as well as people in the communities.

Management Dimension : emphasizing on good management of industrial estates for public benefits.



ASID

▶▶ ASEAN Supporting Industry Database



Automotive • Electronics and Electrical • Petrochemical, Paper and Plastic • Mold and Die • Others



Free on-line Sourcing Service

- Link worldwide buyers to ASEAN suppliers
- Save time and expense for sourcing parts
- Help suppliers reach the global marketplace
- Facilitate industrial linkage

Developed by BOI Unit for Industrial Linkage Development (BUILD)

Thailand Board of Investment

Tel : +66(2)553 8111 ext. 7 Fax : +66(2)553 8325

E-mail : sourcing@boi.go.th Website : <http://build.boi.go.th>



ONE STOP SERVICE

“ให้บริการสำหรับนักลงทุนอย่างครบวงจร”

บริการจัดโปรแกรมและนำคณะศึกษาดูงาน

- เราพร้อมนำนักลงทุนเพิ่มช่องทางการค้าและการลงทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ด้วยกิจกรรมศึกษาลู่ทางการค้าเยี่ยมชมบริษัทชั้นนำ โรงงานอุตสาหกรรมระดับมาตรฐานสากลและนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ

บริการแปลเอกสารและล่ามแปลภาษา

- บริการแปลเอกสาร (Translation) เป็นภาษาต่างๆ รับประกันคุณภาพ โดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญ
- บริการล่าม (Interpreter) โดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญเสมือนเจ้าของภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารด้วยภาษาต่างๆ อาทิ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น สร้างโอกาสทางการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริการให้เข้าห้องคอมพิวเตอร์

- สำหรับนักลงทุนและผู้สนใจทั่วไป ด้วยคอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์ที่ทันสมัย สามารถรองรับผู้เข้าชมได้ถึง 40 คน

บริการเช่ายานพาหนะ สำรองที่พัก และตัวเครื่องบิน

- บริการเช่ายานพาหนะ พร้อมคนขับรถทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางไปเจรจาการค้า ติดต่อธุรกิจหรือเดินทางไปประชุม พบปะสังสรรค์ พร้อมบริการรถรับส่งจากสนามบินถึงที่พัก ด้วยบริการอย่างมืออาชีพ
- บริการสำรองที่พัก ตั้งแต่ระดับ 3 ดาวขึ้นไป ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยคัดสรรโรงแรมที่ได้มาตรฐาน ด้านห้องพักและบริการที่ประทับใจ
- บริการจองตั๋วเครื่องบิน ทั้งในและต่างประเทศทุกสายการบินตามความต้องการของนักลงทุน



สารบัญ CONTENTS

ก ข

นโยบายส่งเสริมการลงทุน ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่	6
ไทรอัมพ์ มอเตอร์ไซเคิลส์ ลงทุนต่างประเทศในไทยเป็นที่แรก	11
ดูคาติ Super BigBike ระดับโลก ลงทุนในไทย	14
ขับคอนไทยแลนด์ 2557 โอกาสทางธุรกิจที่ลงตัวที่สุด	22
เส้นทางของบิกไบค์	26
TBR ตั้งเป้า 5 ปี ก้าวเป็นผู้นำยางเรเดียลทรัด	29

Logistics

สัญญาอันตรายสายการบินเอเชียแปซิฟิก	35
ก้าวใหม่เปิดเสรียานยนต์มาเลเซีย	41

สัมภาษณ์พิเศษ

รามศวรรี ศิลปพรหม ต้นแบบผู้บริหารธุรกิจซอฟต์แวร์	44
Plan Toys	49

นานาชาติ

สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ดินแดนแห่งทรัพยากรสัตว์น้ำ	51
อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยกับการก้าวสู่ผู้นำแฟชั่นระดับอาเซียน	61

กฎและระเบียบควรรู้

Q&A	75
-----	----

ภาวะส่งเสริมการลงทุน

โครงการอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน	77
--------------------------------------	----



6



29



41



ศูนย์บริการลงทุน

Investment with Smile

“เราทำให้การลงทุนของท่านเต็มไปด้วยรอยยิ้ม”



บริการด้วยใจ

- ให้คำปรึกษาและประสานงานแก้ไขปัญหาการลงทุนด้วยความรวดเร็ว
- บริการข้อมูล กฎ ระเบียบ ด้านการลงทุนแก่นักลงทุน และผู้สนใจทั่วไป
- บริการหนังสือและเอกสารด้านเศรษฐกิจการลงทุนอื่นๆ
- บริการจัดหาผู้ร่วมทุน
- อำนวยความสะดวกในการออกแบบใบอนุญาตทำงานและวีซ่าแก่นักลงทุน
- ให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญชาวต่างประเทศ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

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



THAILAND BOARD OF INVESTMENT

กองบรรณาธิการ

วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 25 ฉบับที่ 5 พฤษภาคม 2557

เจ้าของ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

คณะที่ปรึกษา

นายอุดม วงศ์วิวัฒน์ไชย	เลขาธิการฯ
นางหิรัญญา สุนิย์	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน
นางสาวอัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน และที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ
นางสาวดวงใจ อัครจินตจิตร์	รองเลขาธิการฯ
นายโชคดี แก้วแสง	รองเลขาธิการฯ

กองบรรณาธิการ

นางสาวบุษราคัม ศรีรัตน	บรรณาธิการบริหาร
นางสาวช่อแก้ว ประสงค์สม	หัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางสาวสุนันtha อักษรเกกิจ	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางสาวจิรวรรณ การุณจิตร์	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ

คณะทำงานวารสารส่งเสริมการลงทุน

นายยุทธศักดิ์ ฌอนาสวัสดิ์	ดร.บงกช	นางสาวกาญจนา นพพันธ์	นายสุทธิเกียรติ ทัดพิทักษ์กุล	นางสาววันเพ็ญ หรุจิตตวิวัฒน์	นางสุภาดา เควือนตร	นางสาวปิยะวรรณ ชัยนมาก	นายอิสระ อมรกิจบำรุง	นางสาวฐนิตา ศิริทรัพย์	นายธรรมรัตน์ รัตน์พันธ์	นางสาววรรณิภา พิภพไชยสิทธิ์	นางสาวอุทัยวรรณ วัฒนสุกุล	นางสาววิสา พึ่งทองหล่อ	นางสาวยอดกมล สุธีรพันธ์	นางสาวนันทนาฏ กฤษณะจินดา	นางสาวสุวิตา ธัญวงษ์	นายสถาปนา พรหมบุญ	นางสาววันทนา ทาตาล	นายวุฒิชัย ภิสิทธิ์	นางสาวชวีกร โปษขันธ์	นางสาวศัลยา อักษรมัต
---------------------------	---------	----------------------	-------------------------------	------------------------------	--------------------	------------------------	----------------------	------------------------	-------------------------	-----------------------------	---------------------------	------------------------	-------------------------	--------------------------	----------------------	-------------------	--------------------	---------------------	----------------------	----------------------

กองบรรณาธิการ วารสารส่งเสริมการลงทุน

ศูนย์บริการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ : 0 2553 8111 ต่อ 8145, 8410 และ 6196

โทรสาร : 0 2553 8222 และ 0 2553 8316

อีเมล : head@boi.go.th

เว็บไซต์ : www.boi.go.th

ออกแบบและพิมพ์ที่

บริษัท เกรย์ เมทเทอร์ จำกัด

21/61-62 RCA โซน C ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระรามเก้า

แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320

โทรศัพท์ : 0 2203 1240-7 แฟกซ์ : 0 2641 4211



รถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ หรือ BigBike เป็นอีกหนึ่งประเภทกิจการที่บีโอไอเปิดให้การส่งเสริมการลงทุน โดยในช่วงที่ผ่านมา คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้มีมติปรับปรุงหลักเกณฑ์ส่งเสริมการลงทุนในประเภท 4.11.2 “กิจการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่” โดยให้การส่งเสริมฯ แก่รถจักรยานยนต์ขนาด 248 ซีซี ขึ้นไป แต่ต่ำกว่า 500 ซีซี จากเดิมที่ให้ส่งเสริมฯ เฉพาะขนาด 500 ซีซี ขึ้นไป ซึ่งจากการปรับปรุงหลักเกณฑ์นโยบายนี้ ส่งผลให้บริษัทยื่นขอรับการส่งเสริมฯ มากขึ้น ทั้งไทรอัมพ์ ดูคาติ และคาวาซากิ อีกทั้งซูซูกิ ก็มีแผนที่จะยกไทยเป็นฐานการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่แห่งแรกที่ตั้งนอกประเทศญี่ปุ่น

สิ่งเหล่านี้เป็นข้อบ่งชี้ได้ถึงความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นฐานการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ที่สำคัญ โดยบีโอไอมีหน่วยพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม หรือ BUILD (BOI Unit Industrial Linkage Development) ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงการผลิตจากผู้ผลิตรายใหญ่กับผู้ผลิตรายย่อยในประเทศไทย ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการผลิตให้แก่ผู้ผลิตรายใหญ่จากการใช้ชิ้นส่วนจากผู้ผลิตในประเทศ

ในทุกปี หน่วย BUILD จะจัดงาน “ซัพคอนไทยแลนด์” ซึ่งเป็นงานแสดงอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิตเพื่อการจัดซื้อชิ้นส่วนอุตสาหกรรม โดยจะจัดในเดือนพฤษภาคมของทุกปี และหนึ่งในผลงานที่น่าสนใจคือเมื่อปี 2552 บีโอไอ ปารีส ได้นำตัวแทนจากบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ของอิตาลี “ดูคาติ” เข้าร่วมชมงาน จนในที่สุด “ดูคาติ” ก็ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นฐานการผลิตนอกอิตาลีเป็นที่แรก ชนะคู่แข่งที่มีทั้งประเทศจีน อินเดีย และเวียดนาม ซึ่งถือเป็นความภาคภูมิใจของบีโอไอเป็นอย่างมาก

วารสารส่งเสริมการลงทุนฉบับนี้ จึงได้รวบรวมนโยบายให้การส่งเสริมฯ แก่รถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ รวมถึงข้อมูลของบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ ทั้ง “ดูคาติ” และ “ไทรอัมพ์” และความสำเร็จของงานซัพคอนไทยแลนด์ ที่ได้จัดขึ้นและจบลงด้วยกระแสตอบรับที่งดงาม มีผู้เข้าชมงานกว่า 20,000 คน บริษัทผู้ซื้อเข้าร่วมจากทั่วโลกกว่า 300 บริษัท



นโยบายส่งเสริมการลงทุน ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่

เดิมไทยเป็นฐานผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดเล็ก แต่แนวโน้มสำคัญในช่วง 4 - 5 ปีที่ผ่านมา คือ บริษัทรถจักรยานยนต์ได้ลงทุนตั้งฐานผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ในประเทศไทย โดยเน้นผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก



ผู้บริหารบีไอไอเยี่ยมชมโรงงานไทรอัมพ์

**“ความต้องการทั่วโลกสำหรับ
รถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 250 ซีซี ขึ้นไป
แต่ต่ำกว่า 500 ซีซี มีอัตราการเติบโต
สูงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่
รถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 500 ซีซี
มีอัตราการเติบโตลดลง”**

ทั่วโลกมีผู้ผลิตรายใหญ่เพียง 9 ราย

ปัจจุบันการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ที่มีขนาดกระบอกสูบมากกว่า 250 ซีซี ขึ้นไป ทั่วโลกมีผู้ผลิตหลักจำนวนเพียง 9 ราย ประกอบด้วย

- ฮาร์เลย์ เดวิดสัน ของสหรัฐฯ ผลิตขนาดตั้งแต่ 883 ซีซี ขึ้นไป

- ดูคาติ ของอิตาลี ผลิตขนาดตั้งแต่ 696 ซีซี ขึ้นไป
- ไทรอมพ์ ของอังกฤษ ผลิตขนาดตั้งแต่ 675 ซีซี ขึ้นไป
- บีเอ็มดับเบิลยู ของเยอรมนี ผลิตขนาดตั้งแต่ 650 ซีซี ขึ้นไป
- ซุซูกิ ฮอนด้า ยามาฮ่า และคาวาซากิ ของญี่ปุ่น และ KTM ของออสเตรีย ผลิตขนาดตั้งแต่ 250 ซีซี ขึ้นไป

ในปี 2554 ทัวโลกมียอดการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ที่มีขนาดกระบอกสูบตั้งแต่ 250 ซีซี ขึ้นไป ประมาณ 1,097,906 คัน ในจำนวนนี้เป็นรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดตั้งแต่ 250 ซีซี แต่ต่ำกว่า 500 ซีซี จำนวน 387,410 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35 โดยในช่วงที่ผ่านมาพบว่าความต้องการทั่วโลกสำหรับรถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 250 ซีซี ขึ้นไป แต่ต่ำกว่า 500 ซีซี มีส่วนแบ่งตลาดและอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่รถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 500 ซีซี มีส่วนแบ่งตลาดและอัตราการเติบโตลดลง

“สำหรับผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 250 ซีซี ขึ้นไปมีจำนวน 4 ราย คือ ฮอนด้า คาวาซากิ ไทรอมพ์ และดูคาติ”

ไทยมีผู้ผลิตจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ 4 ราย

ในช่วงที่ผ่านมา ไทยมีผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายหลัก 10 ราย โดยเป็นผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 100 - 150 ซีซี จำนวน 8 ราย (ในจำนวนนี้มี 2 ราย คือ ฮอนด้าและคาวาซากิ ที่ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 250 ซีซี ขึ้นไปด้วย) โดยส่วนใหญ่เป็นรถจักรยานยนต์ที่ใช้สำหรับขับขี่ทางไกลและไม่ได้ใช้ความเร็วมากนัก เช่น แบบ Moped (แบบครอบครัว), Scooter และ Autobike เป็นต้น

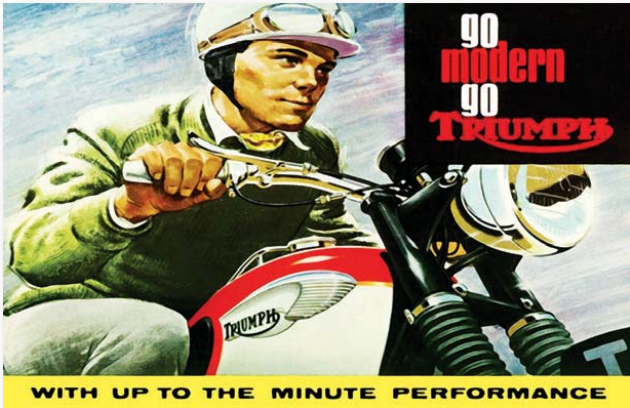
สำหรับผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 250 ซีซี ขึ้นไป มีจำนวน 4 ราย คือ ฮอนด้า คาวาซากิ ไทรอมพ์ และดูคาติ โดยเป็นการผลิตรถจักรยานยนต์แบบ Off - Road และ Sport เป็นหลัก เพื่อใช้ในการขับขี่ท่องเที่ยวทางไกลหรือแข่งขัน ทั้งนี้ ไทยนับเป็นประเทศเดียวในอาเซียนที่มีผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป

อย่างไรก็ตาม การผลิตรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ในประเทศไทย ในระยะที่ผ่านมาใช้ชิ้นส่วนและมีขั้นตอนผลิตภายในประเทศค่อนข้างน้อย มีการลงทุนในขั้นตอน Die Casting และ Machining หรือบางรายมีเฉพาะขั้นตอนการ Machining เท่านั้น และเป็นการผลิตชิ้นส่วนเครื่องยนต์เพียง 2 - 3 ชิ้น ได้แก่ Cylinder Head, Crank Case และ Crank Shaft

ขณะที่ตลาดรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ในประเทศไทยมีจำกัด มีส่วนแบ่งตลาดต่ำมาก คือ เพียงร้อยละ 0.5 เนื่องจากมีราคาแพง กล่าวคือ รถจักรยานยนต์ขนาดเล็ก 100 - 150 ซีซี มีราคาเพียง 25,000 - 75,000 บาท ขณะที่รถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 250 ซีซี ขึ้นไป จะมีราคาเริ่มตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไป กล่าวคือ

- รถจักรยานยนต์ขนาดระหว่าง 100 - 135 ซีซี ราคา 25,000 - 70,000 บาท
- รถจักรยานยนต์ขนาดระหว่าง 140 - 150 ซีซี ราคา 30,000 - 75,000 บาท
- รถจักรยานยนต์ขนาดระหว่าง 175 - 200 ซีซี ราคา 40,000 - 85,000 บาท
- รถจักรยานยนต์ขนาดระหว่าง 250 - 500 ซีซี ราคา 100,000 - 350,000 บาท
- รถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 600 ซีซี ขึ้นไป ราคา 250,000 - 2,500,000 บาท

หมายเหตุ *รถจักรยานยนต์ขนาดระหว่าง 175 - 200 ซีซี ไม่มีผลิตในประเทศไทย



ส่งเสริมรถจักรยานยนต์ 2 ประเภทย่อย

สำหรับการผลิตรถจักรยานยนต์ ในระยะที่ผ่านมา ได้ให้การส่งเสริมในประเภทกิจการ 4.11 “การผลิตรถจักรยานยนต์” จำแนกเป็น 2 ประเภทย่อย ดังนี้

ประเภท 4.11.1 “การผลิตรถจักรยานยนต์ 4 จังหวะ” กำหนดเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์ ดังนี้

- เป็นรถจักรยานยนต์ประเภทกระบอกสูบ 4 จังหวะ
- มีกำลังผลิตไม่น้อยกว่า 50,000 คันต่อปี
- ต้องมีผู้มีสัญชาติไทยถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของทุนจดทะเบียน

• มีขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การเชื่อมประกอบโครงรถและพ่นสี

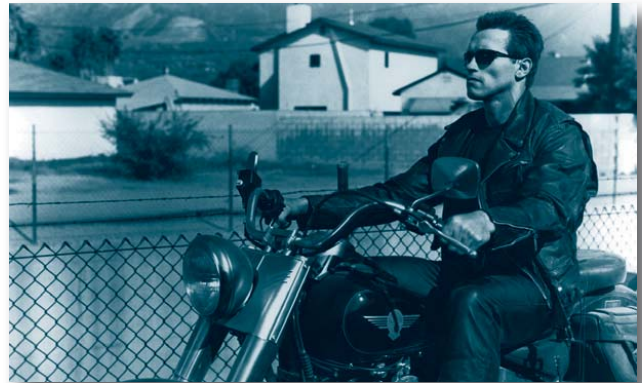
• ต้องเสนอแผนการลงทุนผลิตชิ้นส่วนและการใช้ชิ้นส่วน และต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

• ต้องมีแผนการพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนไทย

• จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงสิทธิ และระยะเวลาการได้รับยกเว้นภาษีเงินได้เพิ่มเติมในภายหลัง ไม่ว่าจะมีการลงทุนทางด้าน STI ในภายหลังหรือไม่ก็ตาม

• สิทธิและประโยชน์ กรณีตั้งกิจการในเขต 1 และเขต 2 จะได้รับยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรแต่จะไม่สามารถได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล กรณีตั้งกิจการในเขต 3 ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปี และเพิ่มเป็น 5 ปี ในกรณีมีหุ้นไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และต้องเสนอ

แผนการผลิตและการใช้ชิ้นส่วนหลัก ได้แก่ กระบอกสูบ ระบบส่งกำลัง ระบบจ่ายเชื้อเพลิง ระบบกันสะเทือน และระบบห้ามล้อ และต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ สำหรับสิทธิและประโยชน์อื่นๆ ให้ได้รับตามเกณฑ์ตามประกาศคณะกรรมการที่ 1/2543



ส่งเสริมรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ในประเภท 4.11.2

ประเภท 4.11.2 “การผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่” กำหนดเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์ ดังนี้

- เป็นรถจักรยานยนต์ประเภทเครื่องยนต์ 4 จังหวะ ที่มีความจุกระบอกสูบของเครื่องยนต์ตั้งแต่ 500 ซีซี ขึ้นไป
- จะต้อง มีขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การเชื่อมประกอบโครงรถและพ่นสี

• จะต้องเสนอแผนการลงทุนผลิตชิ้นส่วนและการใช้ชิ้นส่วน และจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

• จะไม่ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มเติมในภายหลัง แม้จะมีการลงทุนตามนโยบายเพื่อพัฒนา ทักษะ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

• ให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรทุกเขต

• ไม่ให้ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

เว้นแต่หากมีขั้นตอนการผลิตเริ่มจากการผลิตกระบอกสูบ โดยเริ่มจากการ Machining ชิ้นส่วนหลักของ

เครื่องยนต์ ได้แก่ Cylinder Head และ Crank Case ให้ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามหลักเกณฑ์ปกติตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 1/2543 ลงวันที่ 1 สิงหาคม 2543

- สิทธิและประโยชน์อื่นที่ได้รับตามหลักเกณฑ์ในประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 1/2543 ลงวันที่ 1 สิงหาคม 2543

สำหรับการส่งเสริมการลงทุนในประเภท 4.11.2 “การผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่” ก่อนปรับเปลี่ยนนโยบาย ได้อนุมัติให้การส่งเสริมไปแล้ว 2 ราย คือ

- บริษัท ไทรอัมพ์ มอเตอร์ไซเคิลส์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้รับการส่งเสริมฯ เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2553 ในกิจการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ 5 หมื่นคันต่อปี และเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ 5.4 หมื่นเครื่องต่อปี ลงทุน 2,560 ล้านบาท ตั้งกิจการที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

- บริษัท ดุคาติ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับการส่งเสริมฯ เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2551 ในกิจการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ 1.7 หมื่นคันต่อปี ลงทุน 879 ล้านบาท ตั้งโรงงานที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดระยอง

ปรับปรุงนโยบายส่งเสริมรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่

ในช่วงที่ผ่านมา มีผู้ประกอบการจักรยานยนต์ต่างชาติหลายรายสนใจที่จะตั้งฐานการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป เพิ่มเติมในประเทศไทยเพื่อส่งออก เช่น ไทรอัมพ์ คาวาซากิ ฮอนด้า ซูซูกิ ฯลฯ แต่ติดขัดว่านโยบายส่งเสริมการลงทุนในประเภท 4.11.2 “การผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่” กำหนดเงื่อนไขต้องมีความจุกะบอบกสูบของเครื่องยนต์ตั้งแต่ 500 ซีซี ขึ้นไป ขณะที่การขอรับการส่งเสริมฯ ในประเภท 4.11.1 “การผลิตรถจักรยานยนต์ 4 จังหวะ” มีเงื่อนไขและสิทธิและประโยชน์ไม่จูงใจ

สำนักงานฯ จึงได้ประชุมหารือร่วมกับสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและสถาบันยานยนต์ โดยเห็นชอบที่จะเสนอปรับปรุงนโยบายส่งเสริมกิจการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ให้ครอบคลุมรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกรถจักรยานยนต์ที่มีมูลค่าสูง โดยเห็นควรให้ปรับปรุงเงื่อนไขขั้นตอนการผลิตให้มากกว่าผู้ผลิตที่ไม่ได้รับการส่งเสริมฯ เดิม

“คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้มีมติให้ปรับปรุงหลักเกณฑ์ส่งเสริม การลงทุนในประเภท 4.11.2 “กิจการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่” มีความจุกะบอบกสูบของเครื่องยนต์ ตั้งแต่ 248 ซีซี ขึ้นไป แต่ต่ำกว่า 500 ซีซี”

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้พิจารณาเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2555 มีมติให้ปรับปรุงหลักเกณฑ์ส่งเสริมการลงทุนในประเภท 4.11.2 “กิจการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่” จากเดิมเป็นดังนี้

1. ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรทุกชนิด
2. ไม่ให้ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

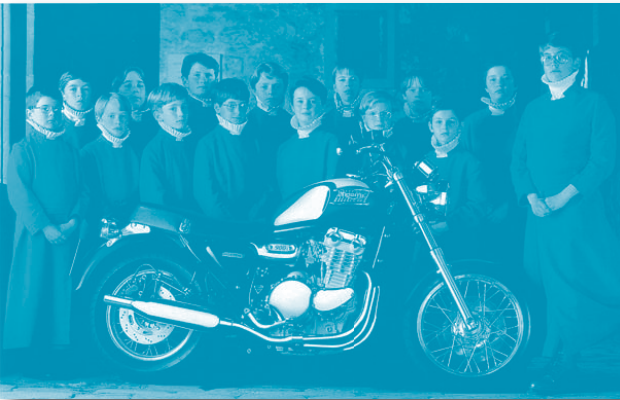
เว้นแต่หากมีขั้นตอนการผลิตเครื่องยนต์ ให้ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามหลักเกณฑ์ปกติตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 1/2543 ลงวันที่ 1 สิงหาคม 2543 ดังนี้

- การผลิตรถจักรยานยนต์ที่มีความจุกะบอบกสูบของเครื่องยนต์ตั้งแต่ 248 ซีซี ขึ้นไป แต่ต่ำกว่า 500 ซีซี ต้องมีขั้นตอนการผลิตด้วยกรรมวิธี Die Casting หรือ Forging หรือ Machining ขึ้นส่วนหลักของเครื่องยนต์ อย่างน้อย 4 ใน 6 ชิ้น ได้แก่ Cylinder Block, Cylinder Head, Crank Case,

Crankshaft, Camshaft และ Connecting Rod เป็นต้น

- การผลิตรถจักรยานยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบของเครื่องยนต์ตั้งแต่ 500 ซีซี ขึ้นไป ต้องเริ่มจากการ Machining ชิ้นส่วนหลักของเครื่องยนต์ ได้แก่ Cylinder Head และ Crank Case

3. สิทธิและประโยชน์อื่นๆ ให้ได้รับตามเกณฑ์ปกติตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 1/2543 ลงวันที่ 1 สิงหาคม 2543




การปรับเปลี่ยนนโยบายได้รับการตอบรับดีเยี่ยม

การปรับเปลี่ยนนโยบายส่งเสริมการลงทุนได้รับ

การตอบรับอย่างดียิ่ง โดยได้อนุมัติให้การส่งเสริมฯ เพิ่มเติมอีก 2 ราย โดยทั้งคู่เป็นการขยายกิจการ กล่าวคือ

- บริษัท คาวาซากิ มอเตอร์ เอ็นเตอร์ไพรส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับการส่งเสริมฯ เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2555 ในกิจการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ 3.6 หมื่นคันต่อปี ลงทุน 1,250 ล้านบาท ตั้งกิจการที่นิคมอุตสาหกรรมจีเคแลนด์ อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง

- บริษัท ไทรอัมพ์ มอเตอร์ไซเคิลส์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้รับการส่งเสริมฯ เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2555 ในกิจการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ 5 หมื่นคันต่อปี และเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ 5 หมื่นเครื่องต่อปี ลงทุน 652 ล้านบาท ตั้งกิจการที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

ขณะเดียวกันบริษัท ซูซูกิ ได้ประกาศเมื่อเดือนกรกฎาคม 2556 เกี่ยวกับแผนที่จะยกไทยเป็นฐานการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่แห่งแรกที่ตั้งนอกประเทศญี่ปุ่น เพื่อรองรับการจำหน่ายในประเทศและส่งออกทั่วโลก ขนาดกำลังผลิตไม่ต่ำกว่า 3 แสนคันต่อปี 



TRIUMPH



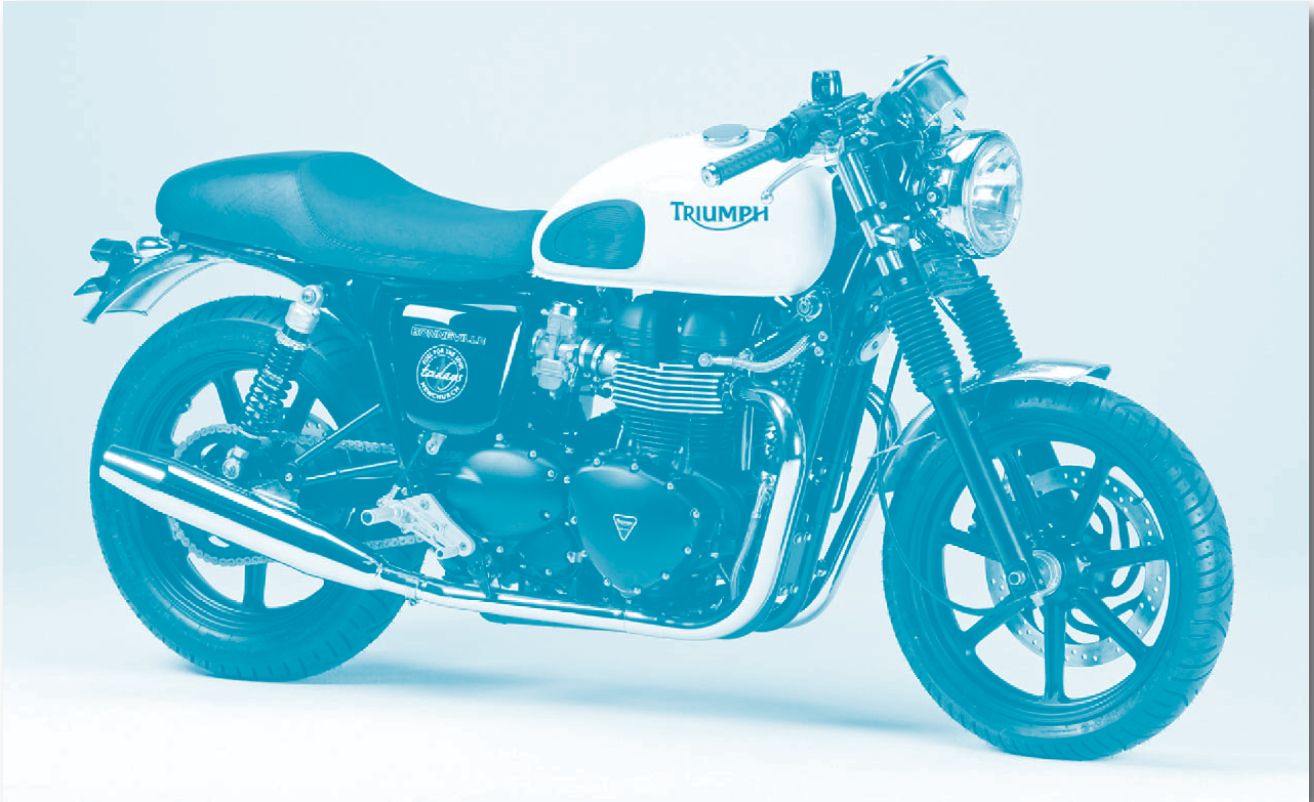
ไทรอัมพ์ มอเตอร์ไซเคิลส์ ลงทุนต่างประเทศในไทยเป็นครั้งแรก

บริษัท ไทรอัมพ์ มอเตอร์ไซเคิลส์ จำกัด ถือกำเนิด ณ เมืองโอเวนทรี ประเทศอังกฤษ ในปี 2445 สำนักงานใหญ่อยู่ที่เมืองเลสเตอร์เชียร์ ประเทศอังกฤษ ถือเป็นบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ที่เก่าแก่ที่สุดในโลกที่ยังคงดำเนินธุรกิจอยู่ และยังเป็นผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ที่สุด ได้แก่ Triumph Rocket III ซึ่งมีขนาดกระบอกสูบ 2,249 ซีซี โดยในปี 2556 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งตลาดโลกประมาณร้อยละ 6.2 สำหรับรถจักรยานยนต์ขนาดตั้งแต่ 500 ซีซี ขึ้นไป

**“การลงทุนตั้งโรงงานผลิต
นอกสหราชอาณาจักรเป็นครั้งแรก
โดยมีจุดมุ่งหมายให้ไทย
เป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก
โดยมีตลาดหลัก ได้แก่
อังกฤษ สหรัฐฯ แคนาดา และยุโรป”**

เริ่มลงทุนในไทยโดยไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

ในปี 2546 บริษัทฯ ตัดสินใจลงทุนสร้างโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทย ในชื่อ บริษัท ไทรอัมพ์ มอเตอร์ไซเคิลส์ (ไทยแลนด์) จำกัด



ตั้งอยู่ที่นิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญของบริษัทฯ เนื่องจากการลงทุนตั้งโรงงานผลิตนอกสหราชอาณาจักรเป็นครั้งแรก โดยมีจุดมุ่งหมายให้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก โดยมีตลาดหลักได้แก่ อังกฤษ สหรัฐฯ แคนาดา และยุโรป ทั้งนี้โครงการดังกล่าวไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

การส่งเสริมการลงทุน

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้รับการส่งเสริมฯ แล้ว 2 โครงการ เป็นโครงการผลิตรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดตั้งแต่ 500 ซีซี ขึ้นไป รวมทั้งการผลิตเครื่องยนต์ และชิ้นส่วน มีกำลังการผลิตรวมปีละประมาณ 104,000 คัน เงินลงทุนกว่า 3,000 ล้านบาท สำหรับรถจักรยานยนต์ที่ผลิตในประเทศไทย ได้แก่ TIGER 800 CC, STREET TRIPLE, THRUXTON, BONNEVILLE, SCRAMBLER, AMERICA, SPEEDMASTER, SPRING และ SPEED TRIPLE

“ทุกปีบริษัทฯ จะส่งคนงานไทย 6–10 คน ไปฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการผลิตที่บริษัทแม่ และยังเป็น การส่งเสริมให้เกิดการใช้ชิ้นส่วนจากผู้ผลิตในประเทศด้วย”

ประโยชน์ที่ประเทศไทยได้รับ

ปัจจุบันโรงงานในประเทศไทยมียอดการผลิตปีละประมาณ 40,000 คัน โดยผลจากการลงทุนของบริษัทฯ ไทรอัมพ์ มอเตอร์ไซเคิลส์ (ไทยแลนด์) จำกัด ในประเทศไทย ไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานคนไทยกว่า 1,000 คนเท่านั้น แต่ยังเกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับคนงานไทย โดยทุกปีบริษัทฯ จะส่งคนงานไทย 6 - 10 คน ไปฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการผลิตที่บริษัทแม่ และยังเป็น การส่งเสริมให้เกิดการใช้ชิ้นส่วน

จากผู้ผลิตในประเทศด้วย โดยปัจจุบัน บริษัทฯ ใช้ชิ้นส่วนเครื่องยนต์ ชิ้นส่วนส่งกำลัง รวมทั้งชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และมีแผนที่จะเพิ่มการใช้ชิ้นส่วนทุกปี นอกจากนี้ ยังเป็นการส่งเสริมให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานการส่งออกรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่อีกด้วย

เสียงขยายการลงทุนในไทยในอนาคต

MR. PETER COATES กรรมการผู้จัดการของบริษัทฯ ได้สะท้อนมุมมองเกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมืองของไทยในปัจจุบันว่า บริษัทฯ เชื่อว่าเมื่อเหตุการณ์ทุกอย่างคลี่คลาย ประเทศไทยจะยังคงเป็นประเทศที่มีความน่าสนใจในการลงทุน โดยบริษัทฯ มีแผนที่จะขยายกำลังการผลิตในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องอีกภายใน 5 ปีข้างหน้า โดยทักษะแรงงานไทยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ ซึ่งบริษัทฯ ให้ความเห็นว่าแรงงานไทยมีความขยัน อดทน และกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

“แรงงานไทยในระดับไร้ฝีมือจนถึงกึ่งฝีมือ มีจุดอ่อนด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างระดับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ”

อย่างไรก็ตาม แรงงานไทยในระดับไร้ฝีมือจนถึง



กึ่งฝีมือมีจุดอ่อนด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างระดับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ ซึ่งบริษัทฯ ก็มีการจัดคอร์สฝึกอบรมภาษาอังกฤษให้กับคนงานไทยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังประสบปัญหาในการหาคนงานระดับวิศวกรและผู้บริหารระดับอาวุโส

สำหรับมุมมองของบริษัทฯ ที่มีต่ออุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ MR. COATES กล่าวว่า การเปิดเสรีภายใต้กรอบ AEC ภายในปี 2558 ถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับบริษัทฯ ในการขยายตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน อย่างไรก็ตาม การที่ต้องแข่งขันกับ HARLEY DAVIDSON และ DUCATI ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่ทำขายตลอดเวลา ทำให้บริษัทฯ ต้องมีการพัฒนาคุณภาพการผลิตและการวิจัยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ 📌

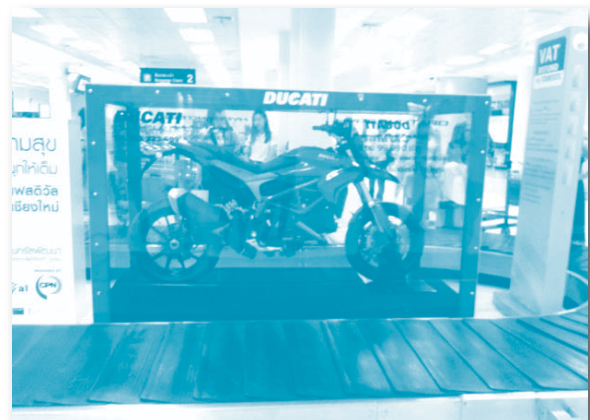




ดูคาติ (Ducati) ชื่อนี้คนไทยส่วนใหญ่เริ่มรู้จักคุ้นหูกันมากขึ้นแล้ว ถึงแม้ว่าคุณจะไม่ใช่แฟนคลับซูเปอร์บิ๊กไบค์ (Super BigBike) หรือรถจักรยานยนต์คันยักษ์ใหญ่ก็ตาม ดูคาติซูเปอร์บิ๊กไบค์ระดับโลกที่มีราคาแพงเหยียบล้านบาท ที่มีคนขับรถดูคาติวิ่งผ่านมานั้น คุณจะได้ยินเสียงเครื่องยนต์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ที่ฟังไม่เหมือนใคร นุ่มหูและรู้ทันทีเลยว่า ดูคาติ กำลังวิ่งผ่านมาแล้ว

ดูคาติเป็นซูเปอร์บิ๊กไบค์ที่มีระบบเครื่องยนต์ที่มีประสิทธิภาพสูงระดับโลก โดดเด่นในวงการแข่งรถจักรยานยนต์และขับขี่ทั่วไป เอกลักษณ์คือ มีระบบขับวาล์วแบบ “เดสโมดโรมิก” (Desmodromic) ที่มีนวัตกรรมสูงและมีความเฉพาะไม่เหมือนใคร

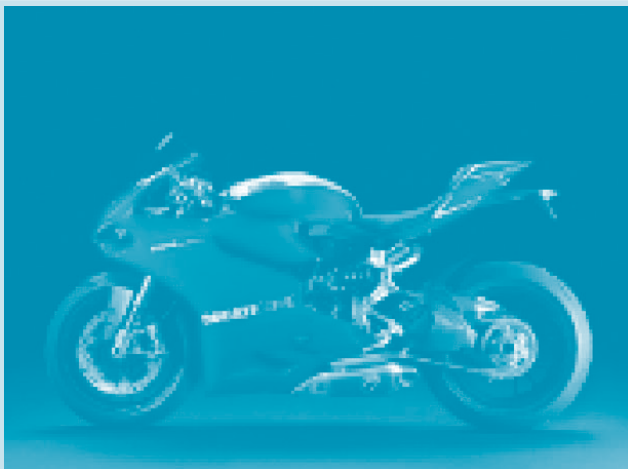
บทความต่อไปนี้จะนำเสนอประวัติความเป็นมาเกือบร้อยปีของบริษัท ดูคาติ มอเตอร์ จำกัด พร้อมบทสัมภาษณ์จากผู้บริหารดูคาติในไทยและในอิตาลี เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในไทย ว่าเริ่มเข้ามาตั้งแต่เมื่อใด เหตุผลในการเลือกไทยเป็นฐานการผลิตฐานแรกนอกอิตาลี ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในกรณีตัวอย่างด้านความเชื่อมั่นการลงทุนที่บริษัทชั้นนำของโลกมีต่อการลงทุนในไทย



การส่งเสริมการตลาดที่โดดเด่นของดูคาติ จังหวัดเชียงใหม่



นาย Francesco Milicia, Managing Director at Ducati Motor Thailand ได้ให้สัมภาษณ์กับทีมงานวารสารส่งเสริมการลงทุน ว่า “Ducati เป็นบริษัทที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการและประสานงานของกลุ่ม AUDI/VW ก่อตั้งขึ้นในปี 2469 ถูกพัฒนาโดยได้รับแรงบันดาลใจจากรถจักรยานยนต์ที่ใช้ในการแข่งขันตั้งแต่ปี 2489 โดยเป็นรถจักรยานยนต์ที่ผลิตอย่างมีเอกลักษณ์และความโดดเด่นตั้งแต่ยุคปี 2493 เครื่องยนต์เป็นแบบ Desmodromic เป็นนวัตกรรมและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย”



**“ในปี 2554 Ducati ได้เริ่มดำเนินธุรกิจ
ในประเทศไทย ฐานการผลิตตั้งอยู่ที่
นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้
และได้ตั้งเป้าหมายให้ได้มากกว่า
10,000 คันภายในปี 2558”**

ปัจจุบันนี้สัญลักษณ์ดูคาติเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่สะท้อนความเป็น “Made in Italy” ดูคาติ มีจำหน่ายกว่า 80 ประเทศทั่วโลก ส่วนใหญ่ในกลุ่มประเทศทวีปยุโรป ทวีปอเมริกาเหนือ และในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดูคาติ แข่งขันทั้งในสนาม World Superbike และ MotoGP World Championships ในส่วนของ Superbike Ducati คว้า 17 รางวัลทีมผู้ผลิต และ 14 รางวัลสำหรับนักแข่ง และ ดูคาติ ได้รับชัยชนะถึง 300 ครั้งในปี 2554 นอกจากนี้ในปี 2546 ดูคาติ เข้าร่วมการแข่งขัน MotoGP และในปี 2550 ดูคาติ คว้ารางวัลชนะเลิศทั้งในทีมผู้ผลิตและนักแข่ง

ในปี 2554 ดูคาติ ได้เริ่มดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ฐานการผลิตตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ และได้ตั้งเป้าหมายให้ได้มากกว่า 10,000 คันภายในปี 2558 โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะอยู่ในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในภูมิภาคเอเชีย

ผลิตภัณฑ์ยอดนิยม ที่ขายได้ทั่วโลก

รถจักรยานยนต์ ดูคาติ ถูกจำแนกออกเป็นรุ่นต่างๆ ดังนี้ Diavel, Hypermotard, Monster, Multistrada, Streetfighter and Superbike.

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในไทย

ดูคาติ เริ่มผลิตรถจักรยานยนต์รุ่น Monster เป็นรุ่นแรกและปัจจุบันสามารถผลิตได้เกือบทุกรุ่นในไทย

ธุรกิจไทยเป็นอย่างไร

การดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ขอขอบคุณการทำงานอย่างทุ่มเทของตัวแทนจำหน่าย “Ducatisti” ที่เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในเอเชีย และติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก

ภาพรวมและสภาวะการลงทุนไทย

การลงทุนในประเทศไทยเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ได้รับการสนับสนุนจากบีโอไอ และกำลังสร้างโรงงานซึ่งมีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยี แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของ ดูคาติ ถึงแม้ว่าจะอยู่นอกประเทศอิตาลีก็ตาม

ดูคาติ เตรียมเงินลงทุน 30 ล้านเหรียญสหรัฐฯ สำหรับการสร้างโรงงานใหม่บนพื้นที่มากกว่า 22,000 ตารางเมตร ดูคาติ ขอขอบคุณการทำงานอย่างทุ่มเทของพนักงานเกือบ 400 คนในระยะเวลา 6 เดือนที่เราขยายโรงงาน

นอกจากนี้ ดูคาติ มีแผนจะรับพนักงานที่มีทักษะเพิ่มมากกว่า 100 คนภายใน 10 เดือนข้างหน้า ดูคาติ มีกระบวนการผลิตที่หลากหลายทั้งเครื่องจักร หุ่นยนต์ ประกอบชิ้นส่วน ฟันสีและอื่นๆ ดูคาติ เห็นว่าเรื่องนี้เป็นสิ่งสำคัญ จึงได้ร่วมมือและประสานงานแลกเปลี่ยนความรู้ทักษะต่างๆ กับทางมหาวิทยาลัยชั้นนำเพื่อค้นหาและพัฒนาศักยภาพให้กับพนักงานของบริษัทองค์กร

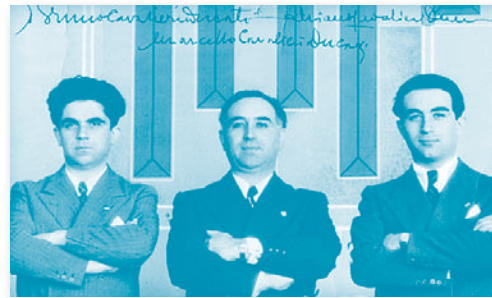
Ducati Motor Holding S.P.A. ตั้งมากกว่าครึ่งศตวรรษแล้ว

“คำว่า ดูคาติ มาจากชื่อนามสกุลของผู้ก่อตั้งบริษัทชาวอิตาลี ก่อนที่จะมาเป็นบริษัท ดูคาติ มอเตอร์ จำกัด ในปัจจุบัน”



ภายในพิพิธภัณฑ์ของ ดูคาติ ที่เมืองโบโลญญา ในอิตาลี

ท่านผู้อ่านทราบหรือไม่ คำว่า ดูคาติ มาจากไหนจริงๆ แล้วนั้น คำนี้มาจากชื่อนามสกุลของผู้ก่อตั้งบริษัทชาวอิตาลี ก่อนที่จะมาเป็นบริษัท ดูคาติ มอเตอร์ จำกัด ในปัจจุบัน เรามาดูกันว่าบริษัทมีความเป็นมาอย่างไร ตามประวัติย่อโดยสังเขป ดังนี้



ปี 2469 นาย Antonio Cavellieri Ducati ใช้ชื่อบริษัทว่า SocietaScientifica Radio Brevetti

“ดูคาติ ในตอนแรกนั้น ยังไม่ได้ผลิตรถจักรยานยนต์ แต่เริ่มจากการจดทะเบียนบริษัทโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิจัยและผลิตเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารทางวิทยุ”

ดูคาติ ในตอนแรกนั้น ยังไม่ได้ผลิตรถจักรยานยนต์ แต่เริ่มจากการจดทะเบียนบริษัทโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิจัยและผลิตเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารทางวิทยุ ในเมือง Bologna ต่อมา นาย Adriano Ducati

ลูกชายได้เข้ามาประกอบธุรกิจต่อต้านการติดต่อสื่อสารทางวิทยุระหว่างอิตาลีกับสหรัฐอเมริกาให้มีความเสถียรมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้น ยังพัฒนาให้สามารถทำการติดต่อข้ามทั้ง 5 ทวีปได้ ต่อมาเมื่อนาย Adriano ได้เสียชีวิตลงบุตรชายทั้ง 3 คนคือ อาดริอาโน บรูโน และมาร์เซลโล ได้สืบทอดกิจการต่อโดยได้เริ่มทำการผลิตตัวเก็บประจุที่เรียกว่า Manens

ปี 2478 จุดเริ่มต้นจากรถจักรยานก่อนมาผลิตรถจักรยานยนต์

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โรงงานของดูคาติถูกวางระเบิด หลังจากนั้นสามพี่น้องได้ซื้อนวัตกรรมการพัฒนา ระบบเครื่องยนต์ขนาดเล็ก เพื่อติดตั้งในรถจักรยานยนต์จากนาย อัลโด ฟาริเนลลี (Aldo Farinelli)

ปี 2488 สามพี่น้องดูคาติ ได้ร่วมมือกับนายอัลโด ฟาริเนลลี (Aldo Farinelli) บริษัท SIATA (Societa Italiana Per Applicazioni Techiche Auto-Aviatorie) ฟื้นฟูโรงงานและเริ่มทำการผลิตระบบเครื่องยนต์ขนาดเล็ก เพื่อติดตั้งในรถจักรยานยนต์

ต่อมาได้ผลิตเครื่องยนต์ลูกสูบเดี่ยวที่ใช้กับรถจักรยานชื่อ Cacciolo ซึ่งเป็นเครื่องยนต์ที่สามารถนำไปติดตั้งกับรถจักรยานทุกประเภท ซึ่งได้จำหน่ายออกสู่ตลาดจำนวนกว่า 1,000,000 เครื่องทั่วโลก และได้พัฒนาต่อยอดเป็นรถจักรยานยนต์แบบแรกของดูคาติขายทั่วโลกได้กว่า 250,000 คัน



Ducati "Cacciolo", 1950



Ducati 175 Cruiser, 1952

หลังจากนั้นครอบครัวดูคาติร่วมกับ Plamadyne ทำการคิดค้นและพัฒนา ระบบเครื่องยนต์พลาสติกให้กับองค์การนาซ่า (NASA) นอกจากนี้ยังร่วมกับบริษัท Cruiser จำกัด ในการนำเทคโนโลยีของทั้ง 2 บริษัทมารวมกันเพื่อผลิตรถจักรยานยนต์ ทำงานด้วยระบบไฟฟ้าอัตโนมัติ

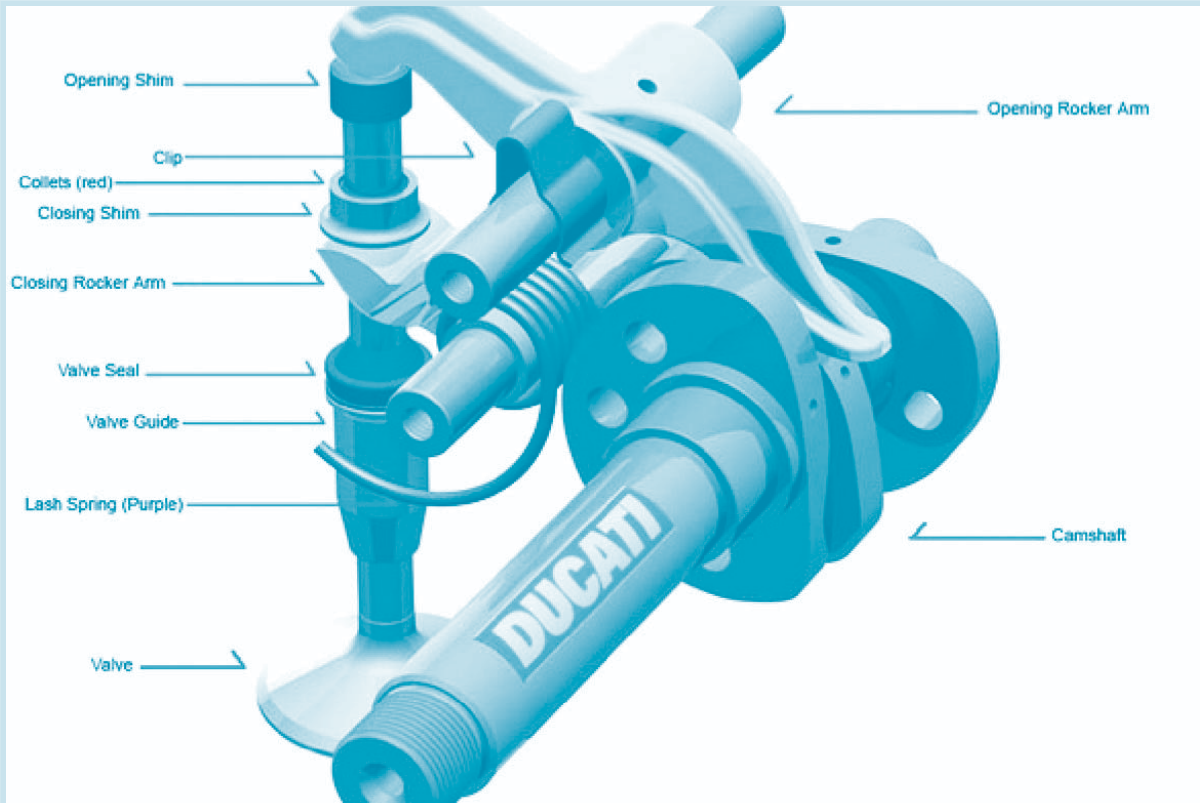
ปี 2497 บริษัทดูคาติได้แบ่งธุรกิจของบริษัทออกเป็น Ducati Electrical และ Ducati Mechanical และในปีนั้น บริษัทได้เริ่มพัฒนาและนำรถรุ่น "Marianna" ลงแข่งใน "Milan - Taranto" และ "Tour of Italy" และเริ่มมีชื่อเสียงในวงการแข่งรถจักรยานยนต์

ปี 2499 วิศวกรของบริษัท นาย Fabio Taglioni ได้ผลิตเครื่องยนต์ Desmodromic เพื่อใช้กับรถรุ่น Ducati : 125 Gran Prix ซึ่งวิ่งได้ 12,500 รอบต่อนาที นอกจากนั้น ได้พัฒนา Ducati 175 รุ่น 4 จังหวะ สำหรับการท่องเที่ยวและกีฬา ในปีนั้น ยังได้ผลิต Ducati Monster รุ่น 100 sport ที่ทำลายสถิติโลก

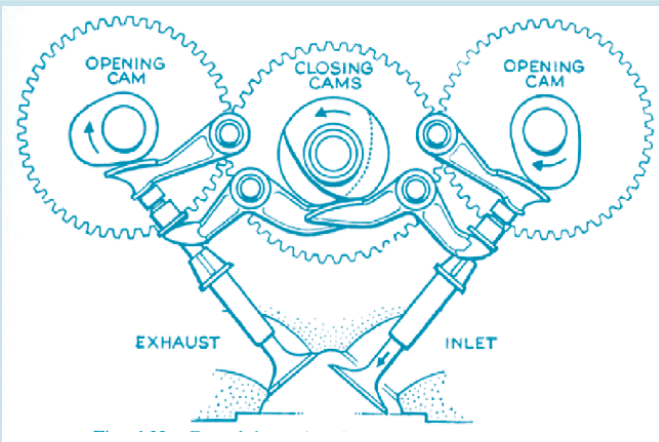


By virtue of the successes gained on all the circuits of the world, the Ducati production expanded strongly. The image shows an assembly line in the 50s.

ระบบขับเคลื่อนวาล์วแบบเดสโมมโตรอนิก



ระบบขับเคลื่อนวาล์วแบบเดสโมมโตรอนิก มีความพิเศษคือ การใช้เฟลาเป็นตัวขับเคลื่อนแคมชาร์ฟ โดยไม่ต้องใช้สปริงวาล์ว เนื่องจากมีระบบ “กระเดื่องคู่” คือ การใช้กระเดื่องสองตัว ตัวหนึ่งมีหน้าที่เปิดวาล์ว และอีกตัวทำหน้าที่ปิดวาล์ว โดยขณะทำงาน กระเดื่องตัวบนจะถูกกดลงทำให้วาล์วเปิด และเมื่อกระเดื่องตัวล่างถูกดันให้ยกขึ้น วาล์วก็จะยกตัวปิด ซึ่งการเปิดและปิดที่มีความแม่นยำสูง ไม่กินแรงเครื่องยนต์



ต่อมาเศรษฐกิจอิตาลีไม่ดี บริษัทจึงได้ปรับกลยุทธ์การตลาดมุ่งทำตลาดในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยได้รับความนิยมในสหรัฐฯ หลายรุ่น โดยได้เปิดตัว Ducati 750 GT ซึ่งได้ทำการพัฒนาจากระบบ L - Twin โดยพัฒนาเครื่องยนต์เป็นระบบ 90° L - Twin เพื่อใช้สำหรับขับขึ้นท้องถนนได้ เริ่มตั้งแต่ปีนั้นมา

ปี 2536 Ducati Monster ได้เริ่มออกจำหน่าย และได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะการออกแบบเป็นรถสปอร์ตสไตล์รถแข่งในสนาม แต่เน้นความเรียบง่ายมีสมรรถนะและใช้เทคโนโลยีระดับสูง โดยเฉพาะการใช้สเปสเฟรม (Space Frame) บวกกับเครื่องยนต์ L - Twin อันเป็นเอกลักษณ์ ของ ดูคาติ ทำให้ Monster Ducati 916 กลายเป็นไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ในยุคหนึ่งทันที

ปี 2537 Ducati 916 ถูกผลิตเพื่อใช้เข้าร่วมการแข่งขันในสนามแข่งรถจักรยานยนต์ ซูเปอร์ไบค์

ชิงแชมป์โลก จากการพัฒนาจักรยานยนต์ในตระกูล Racing ของค่ายดูคาติ นำไปสู่การพัฒนาเครื่องยนต์ 4 วาล์ว หลังจากผ่านการใช้งานในสนามแข่งเครื่องยนต์ดูคาติ 916 กลายเป็นอนุพันธ์ของรถจักรยานยนต์ที่ใช้ในการแข่งขัน และสามารถคว้าชัยชนะให้กับทีมแข่งมากมาย

ปี 2546 - 2548 บริษัท ดูคาติสตี จำกัด (Ducati Thailand) Ducatisti ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทยและได้นำเข้ารถรุ่น Multistrada 1000 DS เข้ามาจำหน่ายเป็นรุ่นแรกมีโชว์รูมบนถนนรามคำแหง และด้วยการสนับสนุนของบริษัท Ducati Motor Holding S.P.A. ทำให้ Ducatisti สามารถสร้างยอดขายและช่วงชิงสัดส่วนตลาดได้ โดยเพิ่มยอดขายจาก 12 คันในปีแรกขึ้นมาเป็น 30 คันในปี 2548 ต่อมาได้ย้ายโชว์รูมใหม่มาอยู่บนถนนทองหล่อและขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว

ก่อนมาเป็น Ducati Thailand



Mr. Fabio Benincampi, Product Development Purchasing Manager, Ducati Motor Holding S.P.A. คุณฟาบีโอ เป็นหนึ่งในทีมงานที่ทำการศึกษาและสำรวจโอกาสการลงทุนในไทย และเมื่อบริษัทได้ตัดสินใจเลือกไทยจากคู่แข่งประเทศต่างๆ เป็นฐานการผลิตแล้ว คุณฟาบีโอได้รับมอบหมายให้มาประจำที่ไทย ปัจจุบันได้ย้ายกลับไปประจำตำแหน่งที่บริษัทแม่ในอิตาลีแล้ว

“เหตุผลประกอบการพิจารณาที่เลือกไทย มี 2 ปัจจัยหลักคือ Free Trade Agreement ระหว่างอาเซียนและจีน และระหว่างอาเซียนกับอินเดีย นอกจากนี้ เป็นเรื่องของการทำงานที่ไทย มีฐานการผลิตของ Suppliers ด้านชิ้นส่วนยานยนต์อยู่”

คุณฟาบีโอ ได้ให้สัมภาษณ์กับทีมงานวารสารว่า ดูคาติได้เลือกไทยเป็นฐานการผลิตนอกอิตาลีเป็นที่แรก หลังจากทีบริษัทได้ทำการศึกษาและสำรวจการลงทุนแล้ว โดยมีเหตุผลประกอบการพิจารณาที่เลือกไทยมี 2

ปัจจัยหลัก คือ Free Trade Agreement ระหว่างอาเซียนและจีน และระหว่างอาเซียนกับอินเดีย นอกจากนี้ เป็นเรื่องของการทำงานที่มีฐานการผลิตของ Suppliers ด้านชิ้นส่วนยานยนต์อยู่

ก่อนเลือกไทย ดูชาติ ได้พิจารณาประเทศใดบ้างที่จะเลือกเข้าไปลงทุน

ดูชาติ ได้พิจารณา 4 ประเทศ คือ จีน อินเดีย ไทย และเวียดนาม และเมื่อได้ทำการสำรวจและวิเคราะห์การลงทุนเบื้องต้นแล้ว บริษัทได้พิจารณาเหลือเพียงไทยและเวียดนาม ท้ายสุดได้เลือกไทย เพราะไทยมีฐานการผลิตของผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนรถ ตามที่ได้กล่าวไปแล้ว นอกจากนี้ ยังมีบุคลากรที่มีทักษะและคุณภาพมาเป็นผู้บริหารจัดการที่ดี การได้รับสิทธิและประโยชน์ด้านภาษีจากบีโอไอ การที่ไทยมีนิคมอุตสาหกรรมหลายแห่ง และโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนที่ดี

ประสานกิจกรรมกับดูชาติ ก่อนเลือกไทย

ในปี 2552 สำนักงานเศรษฐกิจการลงทุน ณ กรุงปารีส หรือบีโอไอ ปารีส ได้ประสานงานกับ Thai Trade ที่เมืองมิลาน เพื่อหา Oversea Buyers ไปร่วมงานชั้บคอนไทยแลนด์ 2552 ที่จัดโดยบีโอไอ กรุงเทพฯ ระหว่างวันที่ 13 - 18 พฤษภาคม 2552 ในไทย และได้รับแจ้งว่า บริษัท ดูชาติ มอเตอร์ โฮลดิ้ง ต้องการส่งผู้แทนไปเป็น Oversea Buyers โดยมีผู้แทน 2 คนของบริษัทฯ ไปร่วมงานคือ Mr. Fabio BENNICAMPI, Buyer Global Sourcing และ Mr. Luca FRANCOLINI, Motorcycle Related Products Buyer โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหา Suppliers ในไทย และได้ไปเยี่ยมชมโรงงานด้วย หลังจากจากผู้แทนของบริษัทฯ ได้ไปเข้าร่วมงานชั้บคอนฯ แล้ว คุณฟาบีโอ ได้แจ้งผลกลับมาที่บีโอไอ ปารีส ว่าสามารถหาผู้ประกอบการผลิตได้ตรงกับที่บริษัทต้องการและมีแผนสำรวจความเป็นไปได้ที่จะตั้งโรงงานการผลิตในไทย และได้ขอข้อมูล

ในช่วงทำการศึกษารอผลการลงทุน บริษัททำการศึกษายังไงบ้าง

บริษัทได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ที่ทีมงานภายในองค์กรเองได้ติดต่อขอข้อมูลจาก Thai Trade ที่มีฐานจากบีโอไอ ปารีส และจากที่ปรึกษาอีกหลายแห่ง

ในการสำรวจช่วงนั้น แบ่งทีมงานอย่างไรบ้าง

ในช่วงแรกนั้น เริ่มจากศูนย์ด้วยที่ทีมงานทั้งหมดเพียง 3 คน คือ ตัวคุณฟาบีโอเอง ทำหน้าที่เป็นฝ่ายจัดซื้อ 2 คน และ 1 คน เป็น SOE บริษัทในช่วงแรกมีเพียง 30 คน

ดูชาติไทยแลนด์ ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อเดือนตุลาคม ปี 2553 หลังจากนั้น ในเดือนมกราคม ปี 2554 ได้เริ่มดำเนินการอย่างเป็นทางการ และเริ่มการผลิตรถจักรยานยนต์คันแรกเมื่อเดือนกรกฎาคม ปี 2554

ประกอบการพิจารณาเพิ่มเติม เช่น สิทธิประโยชน์จากความตกลงเสรีทางการค้าของไทยกับญี่ปุ่น พิกัดภาษีอัตราภาษีนำเข้า - ส่งออกของไทยกับ EU สภาพตลาดรถจักรยานยนต์ในไทยโดยพิจารณาจาก ซีซี การขายภายในประเทศ ยอดการผลิตเพื่อส่งออก กฎระเบียบของกรมการขนส่งว่าจะต้องมีใบขับขี่พิเศษสำหรับรถจักรยานยนต์ 400 ซีซี ขึ้นไป การเก็บภาษีรถจักรยานยนต์ในไทย เป็นต้น

หลังจากนั้น บริษัทฯ ได้เชิญเจ้าหน้าที่ผู้แทนของบีโอไอ ปารีส ไปหาหรือที่บริษัทในเมืองโบลญา เพื่อหารือกฎระเบียบการให้การส่งเสริมการลงทุนการผลิตรถจักรยานยนต์ของบีโอไอ ผ่านทางโทรศัพท์สายตรงกับคุณอัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย ผู้บริหารระดับสูงของบีโอไอที่ไทย (ในขณะนั้นดำรงตำแหน่งรองเลขาธิการ) ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่บริษัทพิจารณาเตรียมส่งทีมสำรวจเดินทางไปไทยเพื่อสำรวจโอกาสการลงทุน

**“คุณฟาบิโอ ได้เข้าพบหารือกับ
คุณอัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย
ผู้บริหารระดับสูงของบีโอไอ
เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2552
และสำรวจการลงทุนในไทย
และท้ายสุด ได้ตัดสินใจเลือกไทย
เป็นฐานการผลิตแรกนอกประเทศอิตาลี”**

และในช่วงเดือนกันยายน 2552 ทีมงาน 3 คนของดูคาติ ได้เดินทางมาไทยและประเทศที่กำลังเลือกพิจารณาที่จะลงทุนในช่วงนั้น ทีมงานดูคาติ ซึ่งมีคุณฟาบิโอด้วย ได้เข้าพบหารือกับคุณอัจฉรินทร์ ผู้บริหารระดับสูงของบีโอไอ เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2552 และสำรวจการลงทุนในไทย และท้ายสุด ได้ตัดสินใจเลือกไทยเป็นฐานการผลิตแรกนอกประเทศอิตาลี

ดูคาติ ลงทุนในไทย และสามารถผลิตรถจักรยานยนต์ BigBike ทุกแบบทุกรุ่นป้อนตลาดโลกจากทีมงานคนไทย และด้วยการได้รับสิทธิและประโยชน์จากบีโอไอ

พร้อมด้วยปัจจัยหลักด้าน Suppliers ที่เป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญอย่างยิ่ง การลงทุนของบิกแบรอนด์ด้านรถจักรยานยนต์ในไทย ถือเป็นส่วนเสริมสร้างความเชื่อมั่นด้านการลงทุนของไทยสู่นักลงทุนทั่วโลกได้เป็นอย่างดี ดูคาติ ยังเตรียมขยายการลงทุนในไทยเพิ่มอีก ยิ่งเป็นการต่อยอดเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของไทยด้านการลงทุนอีกด้วย 📧

ข้อมูลอ้างอิงจาก

- <http://www.DUCATITHAILAND.COM>
- <http://www.italysmile.com/ducati-history/>
- หนังสือหายาก “เลอ Onde คอร์ดเต” (คลื่นสั้น) ที่เขียนโดย Adriano Ducati ในปี 1927, อันโตนิโอ CavalieriDucati พ่อของพี่น้อง Ducati สามและผู้ร่วมก่อตั้งของบริษัท
- ภาณุวัฒน์ วัชรระพัฒน์พงษ์, กุมภาพันธ์ 28, 2013 เจ้าของไซต์
- ไทยคาร์นิวส์ Thaicarnews.com, บทความ “ระบบขับเคลื่อนแบบ เดสโมดโรมิก (Desmodromic)” ถูกเผยแพร่ครั้งแรกที่ www.thaicarnews.com วันที่ 25/09/2012





จับคอนไทยแลนด์ 2557 โอกาสทางธุรกิจที่ลงตัวที่สุด

งานจับคอนไทยแลนด์จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 สามารถสร้างชื่อเสียงในฐานะงานแสดงที่มีศักยภาพสำหรับผู้ซื้อชิ้นส่วนอุตสาหกรรมและผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่มจะได้พบกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีผู้ผลิตชั้นนำระดับโลกกว่า 14 ประเทศ

300 ราย มีโอกาสพบกับผู้ซื้อจาก 14 ประเทศทั่วโลก โดยงานที่ผ่านมามีจำนวนผู้เข้าชมจากทั้งในและต่างประเทศมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าทุกๆ ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเข้าร่วมกิจกรรมภายในงานของผู้ผลิตและผู้บริหารชาวญี่ปุ่นซึ่งเป็นนักลงทุนและผู้ซื้อชิ้นส่วนกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย จัดว่างานจับคอนไทยแลนด์เติบโตสอดคล้องกับเศรษฐกิจของไทยที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องอย่างชัดเจน

งานจับคอนไทยแลนด์ เป็นงานแสดงอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิตเพื่อการจัดซื้อชิ้นส่วนอุตสาหกรรม ได้จัดขึ้นครั้งแรกในเดือนพฤษภาคม 2550 ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างงดงาม เรียกได้ว่าเป็นงานแสดงสำหรับอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิตระดับนานาชาติอย่างแท้จริง โดยงานครอบคลุมพื้นที่ 6,000 ตารางเมตรของอาคาร 105 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ เป็นเวทีที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมกว่า



**“ในปี 2557 มีผู้ผลิตชั้นนำระดับโลก
กว่า 14 ประเทศเข้าร่วมงาน
 อาทิ Mercedes Benz, Toyota,
 Sony, Denso, Samsung,
 Whirlpool, Haier, Hino
 และยังมีบริษัทจากประเทศญี่ปุ่นโดยการนำ
 ของบีโอไอโตเกียวและโอซากา”**

โดยในงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจและเกิดประโยชน์
กับทั้งผู้เข้าร่วมออกงานและผู้เข้าชมงานมากมาย อาทิ
กิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ เปิดโอกาสให้ผู้ซื้อและผู้ผลิตขึ้น
ส่วนได้มีโอกาสนัดหมายกันล่วงหน้า และเจรจาธุรกิจ

แบบเข้มขันรายบริษัทภายในงาน ซึ่งในปี 2557 มีผู้ผลิต
ชั้นนำระดับโลกกว่า 14 ประเทศเข้าร่วมงาน อาทิ
Mercedes Benz, Toyota, Sony, Denso,
Samsung, Whirlpool, Haier, Hino และยังมีบริษัท
จากประเทศญี่ปุ่นโดยการนำของบีโอไอโตเกียวและ
โอซากา

ในงานยังมีส่วน Buyer's Village สำหรับ
บริษัทผู้ซื้อชิ้นส่วนอุตสาหกรรม เพื่อจัดแสดงชิ้นงานที่
ต้องการจัดซื้อหมุนเวียนเข้าร่วม 12 บริษัทต่อวัน
พร้อมทั้งมีส่วนแสดงผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ซื้อรายใหญ่
(Buyer Showcase) เป็นความรู้ให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนได้
มีโอกาสนำไปพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ตรงตามความ
ต้องการของผู้ซื้อ





นอกจากนี้ ยังมีหัวข้อสัมมนาที่หลากหลายและน่าสนใจ อาทิเช่น โอกาสในการลงทุนธุรกิจ การผลิตรูปแบบใหม่ จนถึงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจรูปแบบต่างๆ ที่ทางผู้จัดงานได้เชิญหน่วยงานผู้มีความเชี่ยวชาญส่งวิทยากรหมุนเวียนกันมาร่วมบรรยายให้ความรู้

และในงานจับคอนไทยแลนด์ ยังมีการผลักดันโครงการความร่วมมือภาคการศึกษากับภาคธุรกิจ (A2B)/R&D Matching คือ กิจกรรมที่จะเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านการวิจัยเข้ากับภาคอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด นำผลงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ สู่เชิงพาณิชย์ สำหรับปีนี้มีสถาบันการศึกษาเข้าร่วม 10 สถาบันจาก 3 ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ จากกิจกรรมที่หลากหลายดังกล่าวข้างต้นทำให้งานจับคอนไทยแลนด์ 2014 เป็นงานที่มีความสำคัญงานหนึ่ง

สรุปผลการจัดงานในปี 2557 ที่ผ่านมามีผู้เข้าร่วมออกบูธจำนวน 300 ราย จากทั้งประเทศไทย



ประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สิงคโปร์ อีกทั้งยังมีผู้ร่วมงานจากประเทศญี่ปุ่นจากเมือง Kanagawa, Shimane, Kitakyushu, Osaka, Yamanashi

“ปี 2557 นี้มีผู้เข้าชมงานกว่า 20,000 คน บริษัทผู้ซื้อเข้าร่วม จากทั่วโลกกว่า 300 บริษัท จาก 14 ประเทศ มีจำนวนคู่เจรจาธุรกิจกว่า 3,800 คู่ เกิดมูลค่าการเชื่อมโยงกว่า 7,000 ล้านบาท”

สำหรับปีนี้ มีผู้เข้าชมงานกว่า 20,000 คน บริษัทผู้ซื้อเข้าร่วมจากทั่วโลกกว่า 300 บริษัท จาก 14 ประเทศ มีจำนวนคู่เจรจาธุรกิจกว่า 3,800 คู่ เกิดมูลค่าการเชื่อมโยงกว่า 7,000 ล้านบาท โดยช่วยจัดหาผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยให้แก่นักลงทุนต่างชาติ ซึ่งทำให้นักลงทุนมีความมั่นใจในการลงทุนและได้รับความสะดวกรวดเร็วในการบริการ จนเป็นที่ประทับใจของนักลงทุนต่างชาติทุกคนที่เข้าร่วมจัดซื้อชิ้นงานดังกล่าว และในงานยังเกิดการเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษากับภาคอุตสาหกรรม (R&D Matching) จำนวน 105 คู่ รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศไทย และครั้งที่ 9 จะจัดขึ้นในวันที่ 13 - 16 พฤษภาคม 2558

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไทยเนื้อหอมสวนกระแสการเมือง



คุณสมเกียรติ ชูพรรคเจริญ
นายกสมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย

สำหรับการจัดงานในปี 2557 นี้ จัดขึ้นท่ามกลางสภาวะความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศ และภาคอุตสาหกรรมอย่างมาก **คุณสมเกียรติ ชูพรรคเจริญ นายกสมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย หรือ Thai Subcontracting Promotion** เล่าให้ฟังว่า การจัดงาน Subcon Thailand ช่วยให้กลุ่มอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิตของไทยมีชีวิตชีวาขึ้น มีการพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนๆ ผู้ประกอบการรวมถึงลูกค้าผู้เยี่ยมชมงาน เกิดโอกาสในการซื้อขายซึ่งถูกกระตุ้นโดยความร่วมมือของภาครัฐ (BOI) เอกชน

(UBM) และสมาคม (THAI SUBCON) ตลอด 3 วันที่ผ่านมา มีผู้เข้าร่วมเยี่ยมชมงานเป็นจำนวนมากเป็นการสร้างกระแสสวนวิกฤตที่เกิดขึ้นได้ สร้างความคึกคักให้กับอุตสาหกรรมไทย

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการจัดงาน ขอกล่าวถึงกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมประเทศเพื่อนบ้านที่มาร่วมออกงานในปีนี้ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ถือเป็นสัญญาณของความร่วมมืออันดีที่จะมีให้กันต่อไปในการเปิด AEC ในปี 2558 ที่จะมารวมถึงประเทศผู้นำด้านอุตสาหกรรมอย่างประเทศญี่ปุ่น ที่มีคณะผู้ประกอบการจากจังหวัดต่างๆ เช่น ยามาฮ่า ชิมาเน่ โอซากา คานากาวา โตเกียว เป็นต้น ที่ต้องการย้ายฐานการผลิต และหาความร่วมมือจากผู้ประกอบการไทย มาร่วมออกบูธ และมีการจัดกิจกรรมพบปะเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทย และญี่ปุ่น สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพของการผลิต และความเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนของไทยในภูมิภาคอาเซียนนี้

จากการที่ผู้ประกอบการในกลุ่มสมาชิกของสมาคม ประสบผลสำเร็จจากการเข้าร่วมงาน Subcon อย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี จึงมีการแจ้งถึงความต้องการพื้นที่ในการจัดแสดงสินค้ามากขึ้น รวมถึงกลุ่มเพื่อนพันธมิตรต่างๆ ของสมาคม ต่างให้ความสนใจต้องการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานนี้ แต่อย่างไรก็ดี คงต้องหารือกับผู้ร่วมจัดงานท่านอื่นๆ ว่ามีความเห็นอย่างไร ในการจัดสรรพื้นที่ ในปีหน้านี้ เพื่อให้ภาพรวมของงานทั้งหมดเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน 📧



เส้นทางของบิ๊กไบค์



ปัจจุบัน ตลาดของ BigBike หรือรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ เป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้น เห็นได้ชัดจากท้องถนนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ตลาดรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่มีการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดร้อยละ 30 - 40 บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์และบริษัทตัวแทนจำหน่ายหลายรายได้เข้ามาเปิดโชว์รูมรวมถึงผู้ผลิตบางราย อาทิ Triumph และ Ducati เข้ามาเปิดโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่หรือที่เรียกกันว่า BigBike ในประเทศไทย ทำให้ราคาของ BigBike มีราคาไม่แพงเหมือนเมื่อก่อน บวกกับการแข่งขันทางการตลาดระหว่างผู้ผลิตรถ BigBike ที่สูงขึ้น ก็ทำให้มีโปรโมชั่นต่างๆ รวมถึงโปรแกรมการผ่อนจ่าย ซึ่งทำให้ผู้บริโภคในประเทศไทยเป็นเจ้าของ BigBike ได้มากขึ้น



**“การขับขี่ BigBike เป็นวิถีทาง
การดำเนินชีวิต (Lifestyle)
ที่ทำให้ความรู้สึกถึงความเข้มแข็ง
ความเป็นชาย ความท้าทาย
ความเป็นอิสระ ความเร็ว
ความเป็นนักกีฬา และความเท่”**

เมื่อถามถึงทัศนคติของนักขี่ที่มีต่อการได้ขี่ BigBike แล้ว ได้รับคำตอบว่าการขับขี่ BigBike เป็นวิถีทาง

การดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่ให้ความรู้สึกถึงความเข้มแข็ง ความเป็นชาย ความท้าทาย ความเป็นอิสระ ความเร็ว ความเป็นนักกีฬา และความเท่

นักขี่นิยมที่จะรวมตัวกันซึ่งเป็นกลุ่มแก๊ง ซึ่งในปัจจุบันมีทางเลือกให้นักขี่เข้าร่วม Club Ride ได้ หลายกลุ่ม Club Ride เกิดขึ้นมากมายทั้งจากการรวมตัวของกลุ่มต่างๆ อาทิ กลุ่ม Brand รถจักรยานยนต์เดียวกัน กลุ่ม Brand และ Specific Model รุ่นของรถจักรยานยนต์เดียวกัน กลุ่มเพื่อนสนิทที่ไม่เน้น Brand รถจักรยานยนต์เดียวกัน เป็นต้น และการร่วม Club Ride ต่างๆ นั้นก็ทำให้ผู้ขี่ได้พบเพื่อนและสังคมใหม่ๆ หรือสำหรับผู้ที่ยังไม่มีเพื่อนหรือกลุ่มที่จะร่วมในการขี่ BigBike สามารถที่จะร่วมกับทริปที่จัดโดยบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าด้วย Club Ride ทุกกลุ่มมีความต้องการที่จะมีผู้เข้าร่วมกลุ่มกันเยอะๆ โดยพยายามจัดทริปและกิจกรรมมากมายเพื่อเป็นการดึงดูด

**“ในแต่ละปี นักขี่ BigBike
นิยมที่จะขี่ไปรวมกันเป็นกลุ่ม
เพื่อไปพบกันในงาน Bike Week ต่างๆ
 อาทิ กรุงเทพฯ Motor Bike Festival
เชียงใหม่ Bike Week ภูเก็ต Bike Week
หรือขอนแก่น Bike Week เป็นต้น”**



ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศที่มีอากาศร้อน แต่ก็ยังเป็นประเทศที่มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การขี่รถจักรยานยนต์เป็นอย่างยิ่ง และประเทศไทยก็มีเส้นทางที่นักขี่รถจักรยานยนต์ให้ความนิยมอยู่หลายเส้นทาง ทั้งทางภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ทั้งทางฝุ่น ทางเรียบ ทางคดเคี้ยว ทางลู่น้ำ และทางวิบาก ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละนักขี่

ในแต่ละปีนักขี่ BigBike นิยมที่จะขี่ไปรวมกันเป็นกลุ่มเพื่อไปพบกันในงาน Bike Week ต่างๆ อาทิ กรุงเทพฯ Motor Bike Festival เชียงใหม่ Bike Week ภูเก็ต Bike Week หรือ ขอนแก่น Bike Week เป็นต้น ซึ่งงาน Bike Week ที่กล่าวมา จะเป็นการจัดงานปีละครั้ง สลับวนกันไป

สำหรับเส้นทางที่ผู้เขียนได้มีโอกาสร่วมทริปเดินทาง (ซ้อนท้าย) ไปด้วยเป็นครั้งแรกเมื่อช่วงปีใหม่ 2557 ที่ผ่านมา เป็นเส้นทางกรุงเทพฯ - เชียงใหม่ - ปาย - แม่ฮ่องสอน - เชียงใหม่ - กรุงเทพฯ โดยกลุ่ม BigBike ของเราเป็นการรวมตัวของกลุ่มเพื่อนๆ ซึ่งมี Brand รถจักรยานยนต์หลากหลายมารวมตัวกันขึ้นไปด้วยกัน มีทั้ง BMW, Triumph, Ducati และ Harley Davison โดยที่เราได้มีโอกาสไปหยุดแวะไหว้พระพุทธรชินราช ที่จังหวัดพิษณุโลก จากนั้นก็ขี่ไปชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย และหยุดพักในคืนแรกที่เชียงใหม่

และในเช้าวันรุ่งขึ้นกลุ่มของเราจากกรุงเทพฯ ก็ได้ไปสมทบกับกลุ่มเพื่อนอีก 2 คนในเชียงใหม่ เพื่อเดินทาง

ขึ้นเขาไปยังอำเภอปาย โดยใช้เส้นทางแม่มาลัย เนื่องจากอากาศที่ภาคเหนือในช่วงปีใหม่มีอากาศเย็น จึงเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดและเหมาะสมกับการขี่เป็นอย่างยิ่ง

ทางขึ้นเขาไปยังอำเภอปายเป็นทางคดเคี้ยวพอสมควร ผู้ขี่จะต้องมีความระมัดระวังและมีสติในการขี่เป็นอย่างมาก เราได้แวะพักดื่มกาแฟ ที่ร้าน Le Vintage เป็นร้านกาแฟบรรยากาศสวยเย็นสบาย ตกแต่งสไตล์วินเทจ ฝรั่งเศส อยู่ท่ามกลางต้นไม้และธรรมชาติ ก่อนที่จะขี่ขึ้นเขาต่อไปเข้าสู่ที่พัก และในตอนกลางวัน เราไปเดินเล่นตามอัยยาคัย ณ ถนนคนเดินเพื่อสัมผัสกับวิถีชีวิตคนปาย

**“นักท่องเที่ยงที่เดินทางมา
จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผ่านเส้นทาง
สายแม่สะเรียง 1,864 โค้ง
และเส้นทางปาย 2,224 โค้ง
สามารถรับประกาศนียบัตรได้ที่หอการค้า
จังหวัดแม่ฮ่องสอน
ในราคาใบละ 20 บาท”**



เช้าตรู่วันรุ่งขึ้น เรารวมตัวกันอีกครั้งเพื่อออกเดินทางไปยังจังหวัดแม่ฮ่องสอนโดยใช้เส้นทางปางมะผ้าทางไปจังหวัดแม่ฮ่องสอนนี้เป็นการขี่ตะลุยทางโค้งถึง 2,224 โค้ง นักท่องเที่ยงที่เดินทางมาจังหวัดแม่ฮ่องสอนผ่านเส้นทางสายแม่สะเรียง 1,864 โค้ง และเส้นทาง



ปาย 2,224 โค้ง สามารถรับประกาศนียบัตรได้ที่หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตรงข้ามไปรษณีย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในราคาใบละ 20 บาท

ก่อนถึงจังหวัดแม่ฮ่องสอนในวันนั้น เราหยุดพักทานอาหารกลางวันที่ปางอู๋ หรือ โครงการพระราชดำริปางตอง 2 ปางอู๋มีลักษณะเป็นพื้นที่อ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่บนยอดเขาสูง ริมอ่างเก็บน้ำเป็นทิวสนที่ปลูกเรียงรายกัน ผู้เขียนรู้สึกประทับใจกับปางอู๋มาก และเมื่อได้ไปถึงก็ไม่แปลกใจเลยว่าทำไมปางอู๋ถึงได้รับขนานนามว่าเป็น “สวิตเซอร์แลนด์แห่งเมืองไทย”

จากนั้นเราขี่มุ่งหน้ามายังที่พักในจังหวัดแม่ฮ่องสอน และในเช้าวันรุ่งขึ้นเรารวมตัวกันอีกครั้งเพื่อออกเดินทางกลับสู่จังหวัดเชียงใหม่ และเช่นเคย เราได้หยุดพักจิบกาแฟตามไหล่เขาเพื่อชื่นชมบรรยากาศและธรรมชาติที่ร้านกาแฟจุดชมวิวเขื่อนผาบ่อง ณ จุดชมวิวนั้น เรามีโอกาสได้ทำบุญกับพระสงฆ์ 5 รูปที่เดินมาบิณฑบาตบนเขา ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ดีมากอีกที่หนึ่งของการเดินทางในครั้งนี้

อย่างที่ผู้เขียนได้แจ้งไว้ข้างต้นแล้วว่าการเดินทางด้วย BigBike โดยการซื้อม้าในครั้งนี้เป็นครั้งแรก ผู้เขียนรู้สึกประทับใจกับการเดินทางครั้งนี้มาก และเชื่อว่าถ้าผู้อ่านได้มีโอกาสเดินทางทริปยาวด้วย BigBike ก็จะได้จิตใจที่สัมผัสกัน ทั้งนี้การขี่หรือซื้อรถจักรยานยนต์ไม่ว่าขนาดใดก็ตาม จะต้องมีความระมัดระวังและมีสติตลอดเวลา และที่ลืมไม่ได้เลยคือการสวมหมวกกันน็อค ถุงมือ และเสื้อผ้ากันกระแทกที่รัดกุมในทุกครั้งของการเดินทางด้วย 📧



TBR ตั้งเป้า 5 ปี ก้าวเป็นผู้นำยางเรเดียลทรัด

การเติบโตทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ธุรกิจด้านการขนส่งโดยเฉพาะการขนส่งทางบกด้วยรถยนต์บรรทุกขยายตัวมากขึ้น ผู้ประกอบการขนส่งทางบกจึงต้องเลือกใช้อย่างที่มีความเหมาะสมสำหรับยานพาหนะ ซึ่งปัจจุบันยางประเภทเรเดียลกำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก และยังมีตลาดรองรับการใช้ยางดังกล่าวทั้งในและต่างประเทศอีกด้วย

วารสารส่งเสริมการลงทุนได้มีโอกาสสัมภาษณ์ คุณเกริก วงศาริยวานิช กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามทรัดเรเดียล จำกัด ถึงธุรกิจยางเรเดียลในเครือดีเอสโตนกรุ๊ป ซึ่งมีเนื้อหาที่น่าสนใจดังนี้

ตลาดนิยมยางเรเดียลมาก

จากการที่ภาคธุรกิจขนส่ง หันมานิยมใช้ยางประเภทเรเดียลกันมากขึ้น เครือดีเอสโตนกรุ๊ปซึ่งเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจการผลิตยางรถทุกประเภท ได้มองเห็นทิศทางการเติบโตทางการตลาดของธุรกิจดังกล่าว จึงได้จัดตั้งบริษัทเพิ่มขึ้นอีกแห่งหนึ่ง เพื่อดำเนินการผลิตสินค้ายางประเภทเรเดียลทรัดขึ้นเป็นการเฉพาะ



คุณเกริก วงศาริยวานิช
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท สยามทรัดเรเดียล จำกัด

**“สยามทรัดเรเดียล ได้รับการส่งเสริมฯ
ในประเภท 4.10
การผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะ”**



โดยตั้งชื่อบริษัทที่จะดำเนินธุรกิจดังกล่าวว่า **บริษัท สยามทรีแคเรียล จำกัด หรือ “TBR”** ตั้งอยู่บนพื้นที่กว่า 150 ไร่ ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 800 ล้านบาท ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างผู้ประกอบการไทยร้อยละ 80 และฮ่องกงร้อยละ 20 ทั้งนี้บริษัท ยังได้ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือบีโอไอ โดยได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุนในประเภท 4.10 การผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะ (การผลิตยางยานพาหนะ) ได้รับสิทธิและประโยชน์ตามเกณฑ์ประกาศคณะกรรมการที่ 2/2553 การส่งเสริมการลงทุนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน สำหรับสิทธิและประโยชน์ที่บริษัท ได้รับจากบีโอไอคือ

1. ได้รับสิทธิและประโยชน์ทั่วไปตามมาตรา 25, 26 และ 37
2. มาตรา 28 ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร
3. มาตรา 31 วรรคสอง ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี และวรรคสาม วรรคสี่ และมาตรา 34
4. สิทธิและประโยชน์ในเขตที่ได้รับการส่งเสริมฯ ตามมาตรา 35 (1), (2) และ (3)
5. สิทธิและประโยชน์ในการส่งออกตามมาตรา 36 (1) และ (2) เป็นเวลา 1 ปี

**“บริษัทฯ คาดว่าจะมีกำลังการผลิต
ประมาณ 900,000 เส้นต่อปี
และมีรายได้จากยอดขาย
จำนวน 7,000 ล้านบาทต่อปี”**

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ วางแผนว่าในช่วงเริ่มต้นนี้บริษัทฯ คาดว่าจะมีกำลังการผลิตประมาณ 900,000 เส้นต่อปี ซึ่งการผลิตดังกล่าวต้องใช้ยางดิบจำนวนประมาณ 30,000 ตัน พนักงานจำนวน 1,500 คน และยังมีการประมาณการรายได้จากยอดขายอย่างประเภทเรเดียลจำนวน 7,000 ล้านบาทต่อปี โดยมีช่องทางการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศมากกว่า 90 ประเทศทั่วโลก

มุ่งผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพดี ราคาเหมาะสม

การที่บริษัทฯ เป็นหนึ่งในเครือข่ายผู้ผลิตยางล้อรถบรรทุก ซึ่งมีความหมายในการผลิตสินค้าประเภทเดียวกันคือ ผลิตภัณฑ์สำหรับใช้งานให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายด้านการผลิตว่า “พนักงานทุกคนต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในการผลิตยางประเภทนี้อย่างแท้จริง รวมถึงต้องมีการพัฒนาฝีมือเชิงคุณภาพตลอดเวลา” เพื่อนำแนวคิดและวิธีการที่ทันสมัย รวมไปถึงการนำเครื่องจักรที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีรุ่นล่าสุดเข้ามาใช้ในการผลิต เพื่อช่วยลดต้นทุนด้านความสูญเสียของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการต้องการความแม่นยำในการผลิต



**“ยางทุกเส้นที่บริษัทฯ ผลิต
ต้องได้มาตรฐาน
และผ่านการรับรองจากสถาบัน
การตรวจสอบชั้นนำของโลก”**

เนื่องจากยางรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์เพียงชิ้นเดียวของยานพาหนะประเภทต่างๆ ที่สัมผัสกับพื้นผิวถนน ดังนั้นบริษัทฯ จึงเน้นให้ความสำคัญต่อการผลิตเป็นอย่างมาก โดยยางทุกเส้นที่บริษัทฯ ผลิตจะต้องได้มาตรฐานระดับโลก และผ่านการรับรองจากสถาบันการตรวจสอบชั้นนำของโลกอย่างแท้จริง เพราะความสูญเสียที่เกิดขึ้น อาจส่งผลไปถึงภาพลักษณ์ขององค์กร จนก่อให้เกิดความเสียหายอย่างใหญ่หลวง

ในส่วนของการบริหารงานของบริษัทฯ นั้น ปัจจุบันประกอบด้วยทีมผู้บริหารที่คร่ำหวอดอยู่ในวงการผลิตยางรถยนต์มาเป็นเวลายาวนาน นำโดยผู้บริหารหนุ่มไฟแรง **คุณเกริก วงศาริยวานิช** ซึ่งมุ่งเน้นการวางรากฐานแบบบูรณาการ โดยการให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั่นก็คือ การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้น รวมไปถึงการดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงาน ด้วยความเชื่อว่า สินค้าที่ดีจะเกิดขึ้นได้ ก็จากพนักงานที่มีคุณภาพที่ดีทั้งกายและใจ

**“บริษัทฯ วางแผนนโยบายว่า
ภายในระยะเวลา 5 ปี
จะก้าวขึ้นเป็นผู้นำทางด้าน
ยางเรเดียลทรีค”**

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีกรวางแผนนโยบายในการดำเนินธุรกิจว่า ภายในระยะเวลา 5 ปี บริษัทฯ จะก้าวขึ้นเป็นผู้นำทางด้านยางเรเดียลทรีค



ภายใน 2 ปี ลดของเสียได้ต่ำกว่าร้อยละ 2

การที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ยางขนส่งประเภทเรเดียลเป็นหลัก แต่ที่ มีความแตกต่างกันออกไปคือ ในเรื่องของความหลากหลาย ขนาดของสินค้า ซึ่งบริษัทฯ มีความมั่นใจว่าจะสามารถผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นได้มากกว่าร้อยละ 70 ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยล่าสุดเข้ามาใช้ภายใต้ราคาที่เหมาะสม

และด้วยองค์ความรู้เครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ ที่บริษัทฯ มีการสั่งซื้อและนำเข้าจากต่างประเทศนั้น บริษัทฯ จึงมั่นใจว่าจะสามารถรองรับการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ และยังช่วยลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตได้ต่ำกว่าร้อยละ 0.5 ภายในระยะเวลา 2 ปี

นอกจากนี้ในส่วนของทีมงานด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น บริษัทฯ มีผู้เชี่ยวชาญและชำนาญในการออกแบบสินค้า ที่ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะเรื่องความสวยงามของผลิตภัณฑ์แต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังคงคำนึงถึงคุณสมบัติในการใช้งาน ความแข็งแรงที่ได้มาตรฐาน รวมถึงความปลอดภัยที่เชื่อถือได้อย่างมั่นใจ หากนับถึงปัจจุบันบริษัทฯ ได้ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ยางมาแล้วไม่ต่ำกว่า 10 แบบ และมีการนำไปวิจัยเบื้องต้นถึงประสิทธิภาพในการใช้งานว่าสอดคล้องกับสภาพถนนหรือไม่อย่างไร

ผู้ผลิตยางล้อรายใหญ่ที่สุด 5 อันดับแรกของโลก

ลำดับที่	บริษัท	ส่วนแบ่งทางการตลาด (ร้อยละ)
1	บริดจสโตน	16.1
2	มิชลิน	14.8
3	กู๊ดเยียร์	11.2
4	คอนติเนนตัล	5.3
5	พีเรลลี	4.2

ที่มา Global Tire Company Rankings (Tire Business)

สำหรับผู้ผลิตยางยานพาหนะในประเทศไทยที่ได้
รับการส่งเสริมการลงทุน สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ

- กลุ่มผู้ประกอบการต่างชาติรายใหญ่ที่ได้
ลงทุนในประเทศไทยแล้ว จำนวน 8 ราย โดยมีกำลังผลิต
รวมประมาณ 68.4 ล้านเส้น

บริษัท	กำลังผลิต (ล้านเส้นต่อปี)
ซูมิโตโม	27.09
บริดจสโตน	15.3
มิชลิน	9.148
โยโกฮามา	4.885
แม็กซิส (Cheng Shin)	12.0
กู๊ดเยียร์	0.05
ยางพาราจิ่งอู๋ (Hangzhou Zhongce)	1.0
หลิงหลง	2.0

ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

- กลุ่มผู้ประกอบการไทย ปัจจุบันมีประมาณ 12 ราย
กำลังผลิตรวมประมาณ 11.86 ล้านเส้น เช่น บริษัท
เอส.อาร์.ไทร์ จำกัด บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์)
จำกัด (มหาชน) บริษัท อีโนเวิร์ฟเบอร์ (ประเทศไทย)
จำกัด (มหาชน) บริษัท โอทานิ เรเดียล จำกัด เป็นต้น

คุมเข้มบำบัดของเสียและฝุ่นละออง

ทั้งนี้บริษัทฯ ตระหนักดีว่า อุตสาหกรรมที่
บริษัทฯ ดำเนินการนี้ เป็นอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าที่
ต้องใช้พลังงานสูง แต่บริษัทฯ ก็มีนโยบายที่ชัดเจน
โดยเฉพาะในเรื่องของการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
ที่ดำเนินการอย่างเต็มประสิทธิภาพ มุ่งเน้นสร้าง
จิตสำนึกของพนักงานให้รู้จักรัก ใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม
อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการใช้ประโยชน์จาก
ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ให้เกิดการสิ้นเปลือง
โดยใช่เหตุ เน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีของเสียให้น้อย
ที่สุด เพื่อลดการใช้วัตถุดิบ และยังมี การนำวัตถุดิบส่วนเกิน
ที่เกิดขึ้นระหว่างการผลิตมาใช้ใหม่

บริษัทฯ ยังดูแล และบำบัดของเสียที่เกิดจาก
กระบวนการผลิตก่อนปล่อยลงสู่พื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะ
น้ำที่จะใช้ในกระบวนการผลิต จะเป็นน้ำที่ใช้สำหรับ
หล่อเย็นเครื่องจักร และน้ำที่ผ่านการใช้งานแล้วจะถูกนำ
ไปลดอุณหภูมิ จากนั้นจะนำกลับมาใช้หมุนเวียนใหม่
จึงทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องน้ำเสียจากกระบวนการผลิต
ส่วนการกำจัดฝุ่นละอองก็จะมีระบบที่เรียกว่า “Bag
Filter” ซึ่งเป็นระบบปิด จึงส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
น้อยมาก

นอกจากนี้ยังมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม นิสัย
ของเจ้าหน้าที่ พนักงาน ให้รู้จักดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
ทั้งในและนอกบริเวณองค์กรอย่างเคร่งครัด รวมถึงมี
การจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบ
คุณภาพสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร และติดตามในจุด
ต่างๆ ของบริษัทฯ ที่จะก่อให้เกิดอันตราย และความ
เสียหายต่อสิ่งแวดล้อมอย่างใกล้ชิด เพื่อให้อยู่ในเกณฑ์
มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

เน้น Life Style ผู้บริโภค

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ยางของบริษัทฯ นั้น มีความ
หลากหลาย และเชื่อมั่นว่าครอบคลุมกับความต้องการ
ใช้งานของรถยนต์ด้านการขนส่งอย่างแน่นอน และจะมี

การขยายกลุ่มตลาดในส่วนนี้ให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของภาคธุรกิจ รวมถึงความชอบของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป

“ในอนาคตบริษัทฯ วางแผน พัฒนาการผลิตอย่างให้สอดคล้อง กับ Life Style ของผู้บริโภค”

ส่วนแผนงานในอนาคตนั้น บริษัทฯ มีการวางแผนระยะยาว ในการที่จะดำเนินการพัฒนาความหลากหลายของสินค้า และผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการพัฒนาการผลิตอย่างเพื่อให้ทุกอย่างสอดคล้องไปกับ Life Style ของกลุ่มผู้บริโภคอย่างแท้จริง

นโยบายภาครัฐต้องชัดเจน

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่บริษัทฯ พบในการดำเนินธุรกิจคือ ปัญหาจากความไม่นิ่งในเรื่องของต้นทุนวัตถุดิบ ทำให้บริษัทฯ ต้องติดตามต้นทุนดังกล่าวอย่างใกล้ชิดและระมัดระวัง ซึ่งในบางครั้งราคาต้นทุนที่เพิ่มขึ้นนั้น บริษัทฯ ก็ต้องยอมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในราคาที่ต่ำกว่าทุน โดยยอมแบกรับความเสี่ยงเรื่องความไม่แน่นอนไว้เอง ด้วยการพยายามลดต้นทุนด้านอื่นๆ แทน แต่ยืนยันว่าไม่ลดต้นทุนในเรื่องของการผลิตสินค้า โดยสินค้ายังคงคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดทุกผลิตภัณฑ์



“บีไอไอให้การสนับสนุน นับเป็นความช่วยเหลือที่ดี ทำให้บริษัทฯ สามารถแข่งขัน กับผู้ประกอบการต่างชาติได้”

ทั้งนี้บริษัทฯ ต้องขอขอบคุณหน่วยงานของภาครัฐ โดยเฉพาะบีไอไอที่ให้การสนับสนุนส่งเสริมการลงทุนในการจัดตั้งบริษัทฯ แห่งนี้ขึ้น นับเป็นความช่วยเหลือที่ดีสำหรับผู้ประกอบการมาก ทำให้บริษัทฯ สามารถที่จะแข่งขันกับผู้ประกอบการต่างชาติได้ เพราะในปัจจุบันจากต่างประเทศที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศนั้น มีคุณภาพที่ต่ำกว่าและยังจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่ามากอีกด้วย

ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ต่างๆ จึงมีความเห็นว่า หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ควรมีการกำหนดกฎเกณฑ์มาตรฐานของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้มีความชัดเจน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดของกลุ่มผู้บริโภค ที่จะได้มีโอกาสใช้สินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาเป็นธรรม เพราะเมื่อใดมาตรฐานการผลิตต่ำและยังจำหน่ายในราคาที่ถูก ผลเสียในระยะยาวจะตกอยู่กับระบบการค้า และผู้บริโภคโดยตรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นับว่าเป็นเรื่องที่อันตรายมาก

“ทำความเข้าใจกับ TBR”

บริษัท สยามทรัคเรเดียล จำกัด หรือ TBR ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2555 โดยมีโครงสร้างของผู้ถือหุ้น 3 กลุ่มหลักดังนี้

- **กลุ่มแรก** บริษัท ดีส์โตน จำกัด
- **กลุ่มที่สอง** ผู้บริหารของบริษัท ดีส์โตน จำกัด
- **กลุ่มที่สาม** บริษัท พาวเวอร์โพร อินเวสต์เมนท์


ซึ่งเป็นบริษัทของฮ่องกง

สำหรับบริษัท ดีส์โตน จำกัด ซึ่งถือเป็นบริษัทแม่ของ TBR นั้น ก่อตั้งมานานกว่า 30 ปีแล้วปัจจุบันมีบริษัทในเครือประกอบด้วย

- บริษัท ดีส์โตน จำกัด และบริษัท ดีร์บเบอร์ ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรสาคร
- บริษัท ดีส์โตนอินเตอร์เนชั่นแนล และบริษัท สวิทซ์ - วัน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (เดิมชื่อดีส์โตนเรเดียลไทร์) ตั้งอยู่ที่จังหวัดนครปฐม



โดยบริษัทในเครือเหล่านี้ ดำเนินธุรกิจผลิตยางยานพาหนะครอบคลุมหลายประเภท อาทิ ยางรถจักรยาน ยางรถจักรยานยนต์ ยางรถบัส ยางรถบรรทุก ยางรถแทรกเตอร์ ฯลฯ โดยมีตราสินค้า (Brand) ที่ผลิตคือ “ดีส์โตน” ซึ่งเป็นตราสินค้าของบริษัทเอง โดยโครงการนี้เป็นการดำเนินการผลิตเพื่อการส่งออกถึงร้อยละ 70 โดยลูกค้าประกอบด้วย HERCULES TIRE & RUBBER, AMERICAN OMNI TRADING COMPANY ประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัท AL YAZADI TRADING EST ประเทศซาอุดีอาระเบีย และ EGYPTIAN AMERICAN TRADE ประเทศอียิปต์ และอีกร้อยละ 30 เป็นการจำหน่ายในประเทศให้แก่บริษัท ยาง ที เอ็น เค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่าย

สำหรับในส่วนของ TBR นั้น จะดำเนินการผลิตยางเรเดียล ซึ่งเป็นยางรถบรรทุก และยางรถบัสเป็นส่วนใหญ่ โดยมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของกระทะล้อประมาณ 20 - 22.5 นิ้ว 



สัญญาอันตราาย สายการบินเอเชียแปซิฟิก



เดิมธุรกิจสายการบินในทวีปเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นสายการบินแห่งชาติเป็นหลัก โดยรัฐบาลถือหุ้นส่วนใหญ่หรือทั้งหมด แม้ต่อมาประเทศต่างๆ ได้แปรรูปสายการบินแห่งชาติเหล่านี้มาอยู่ในรูปบริษัทจำกัด แต่หลายแห่งรัฐบาลยังคงถือหุ้นข้างมาก เช่น มาเลเซียแอร์ไลน์ส การบินไทย ฯลฯ

ปัจจุบันสายการบินแห่งชาติเหล่านี้ต้องปรับตัวครั้งใหญ่เพื่อความอยู่รอด เนื่องจากการเปิดเสรีการบินทำให้ต้องแข่งขันกับสายการบินเอกชนที่ประสิทธิภาพการดำเนินการสูงกว่า การบริหารจัดการคล่องตัวกว่า รวมถึงต้องปรับวัฒนธรรมการทำงานจากเดิมรูปแบบกึ่งราชการ มาเป็นบริหารจัดการคล่องตัวแบบเอกชน พร้อมกับตัดค่าใช้จ่ายมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ หากไม่สามารถปรับตัวได้แล้ว จะประสบปัญหาทางการเงินอย่างรุนแรง



เจแปนแอร์ไลน์สฟื้นฟูกิจการสำเร็จ

ตัวอย่างหนึ่งคือ เจแปนแอร์ไลน์ส ซึ่งเดิมเป็นรัฐวิสาหกิจของญี่ปุ่นและได้แปรรูปเป็นบริษัทเอกชนเมื่อปี 2530 ได้ประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการ ทำให้ขาดทุนจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง ในที่สุดต้องยื่นฟื้นฟูกิจการตามกฎหมายล้มละลายเมื่อเดือนมกราคม 2553 ทำให้โบห์นกลายเป็นวอลล์เปเปอร์

จากนั้นกองทุนของรัฐบาลได้อัดฉีดเงินทุนเข้ามาถือหุ้นนับแสนล้านบาท ซึ่งอุปมาอุปไมยเหมือนยึดสายการบินมาเป็นของรัฐ และได้แต่งตั้งให้นายคาซุโอะ

อินามอริ ผู้ก่อตั้งบริษัทเคียวเซระ ซึ่งเป็นบุคคลซึ่งมีชื่อเสียงอย่างมากในด้านอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ แม้ไม่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมการบินก็ตาม มาเป็นหัวหน้าผู้บริหารชุดใหม่ มีการปรับโครงสร้างหนี้โดยเจ้าหนี้ยอมลดหนี้ให้ 1.9 แสนล้านบาท ปรับโครงสร้างการดำเนินการครั้งใหญ่เพื่อลดค่าใช้จ่าย ทั้งปรับลดเส้นทางบินที่ไม่มีกำไร ปลดระวางเครื่องบินเก่าที่กินน้ำมันมากออกไป ปลดพนักงานออกไป 16,000 คน คิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 3 ลดภาระงบประมาณพนักงาน ฯลฯ

จากการปรับโครงสร้างข้างต้น ทำให้สถานการณ์เจแปนแอร์ไลน์ส์ฟื้นตัวอย่างรวดเร็วเป็นรูปตัว V เมื่อสถานการณ์ปรับตัวดีขึ้นมาก รัฐบาลได้ขายหุ้นออกไป และสายการบินได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อีกครั้งหนึ่ง ปัจจุบันนับเป็นสายการบินที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นมากและกำไรค่อนข้างดี



แควนตัสขาดทุนจำนวนมาก

สำหรับสายการบินแควนตัสของออสเตรเลีย ซึ่งแปรรูปจากรัฐวิสาหกิจเช่นเดียวกัน ได้ประสบปัญหาขาดทุนจำนวนมาก เนื่องจากต้องแข่งขันกับคู่แข่งสำคัญคือ สายการบินเวอร์จินออสเตรเลีย ซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นสายการบินต่างประเทศ 3 แห่ง คือ สิงคโปร์แอร์ไลน์ส แอร์นิวซีแลนด์ และเอทิฮัดของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยในช่วงครึ่งหลังของปี 2556 ขาดทุนมากถึง 7.5 พันล้านบาท ขณะเดียวกันสถาบันการจัดอันดับความน่าเชื่อถือมูดี้ส์ได้ปรับลดอันดับแควนตัสไปสู่ระดับ Junk ซึ่งหมายความว่าไม่น่าลงทุน ทำให้แสวงหาสินเชื่อยากขึ้นและในอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น

“สายการบินแควนตัสได้ร้องขอให้รัฐบาลออสเตรเลียช่วยเหลือในรูปแบบค้ำประกันเงินกู้ เพื่อให้สามารถกู้ยืมเงินได้ง่ายขึ้นและในอัตราดอกเบี้ยต่ำลง”

แควนตัสต้องพยายามแก้ไขสถานการณ์ โดยประกาศจะลดต้นทุนการดำเนินการลงทุน 2 พันล้านเหรียญออสเตรเลีย หรือประมาณ 6 หมื่นล้านบาท และประกาศในเดือนธันวาคม 2556 ว่าจะปรับลดพนักงานลง 1 พันคน

ล่าสุดเมื่อปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2557 ประกาศมาตรการเพิ่มเติมเพื่อลดค่าใช้จ่ายลง 6 หมื่นล้านบาท ในช่วง 3 ปีข้างหน้า ทั้งในส่วนจะปรับลดพนักงานเพิ่มเติมเป็น 5 พันคน จะเลื่อนการรับมอบเครื่องบินแอร์บัส A380 จำนวน 8 เครื่อง และเครื่องบินโบอิง 787 อีก 3 เครื่อง ออกไปก่อน จะขายเครื่องบินออกไปอีกจำนวนหนึ่ง โดยเฉพาะเครื่องบินเก่าที่สิ้นเปลืองน้ำมันสูง ฯลฯ

ขณะเดียวกันสายการบินแควนตัสได้ร้องขอให้รัฐบาลออสเตรเลียช่วยเหลือในรูปแบบค้ำประกันเงินกู้ เพื่อให้สามารถกู้ยืมเงินได้ง่ายขึ้นและในอัตราดอกเบี้ยต่ำลงอย่างไรก็ตาม มีความเห็นคัดค้าน โดยเฉพาะจากสายการบินเวอร์จินออสเตรเลีย ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญว่าการช่วยเหลือในรูปแบบค้ำประกันเงินกู้ แม้ในระยะสั้นจะไม่ใช่ภาระของรัฐแต่อย่างใด แต่หากแควนตัสประสบปัญหาทางการเงินขึ้นมาในอนาคตแล้ว จะเป็นภาระในระยะยาวแก่รัฐบาลจำนวนมากในการใช้คืนเงินกู้นับแสนล้านบาท



เมอร์ปาติภูษินตราขาดสภาพคล่อง ต้องหยุดบริการ

สำหรับในภูมิภาคเอเชีย ขณะที่สิงคโปร์แอร์ไลน์ส์ที่มีการบริหารจัดการค่อนข้างดี ไม่มีปัญหามากนัก เนื่องจากจุดเด่นคือ แบรินด์ติดตลาดว่าเป็นสายการบินบริการดีเยี่ยม แบบบริการเต็มรูปแบบอย่างแท้จริง เครื่องบินใหม่เอี่ยม ฯลฯ ทำให้สัดส่วนผู้โดยสารชั้น 1 และชั้นธุรกิจค่อนข้างสูง แตกต่างจากสายการบินบริการเต็มรูปแบบอื่นที่ภูมิภาคเอเชียที่มีคุณภาพบริการไม่แตกต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำเท่าใดนัก ผู้โดยสารเกือบทั้งหมดเป็นชั้นประหยัด

แต่หลายสายการบินแห่งชาติต้องเผชิญกับวิกฤติอย่างรุนแรง โดยเฉพาะสายการบินเมอร์ปาติภูษินตรา ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจของอินโดนีเซีย อยู่ในสถานการณ์ขั้นโคม่า ต้องปิดกิจการชั่วคราวเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2557 เนื่องจากขาดทุนจำนวนมากหนี้สินล้นพ้นตัวมากถึง 1.6 หมื่นล้านบาท ขณะที่มีสินทรัพย์เพียง 6 พันล้านบาท โดยมีหนี้สินมากมาย เป็นต้นว่า ติดหนี้ค่าน้ำมันกับบริษัทน้ำมันเปอร์ตามิน่า ต้องปฏิเสธที่จะขายน้ำมันให้ ติดค่าเงินเดือนพนักงาน และติดหนี้เงินชดเชยแก่ผู้ซื้อตั๋วโดยสารล่วงหน้า

กระทรวงรัฐวิสาหกิจของอินโดนีเซียได้สั่งการให้สายการบินแห่งนี้เปิดให้บริการอีกครั้งหนึ่งภายในสิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2557 สำหรับแนวทางการฟื้นฟูกิจการคือ เจรจากับเจ้าหนี้ให้แปลงหนี้เป็นหุ้น พร้อมกับแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้ได้เงินทุนหมุนเวียนเพียงพอสำหรับการเปิดบริการอีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้ยังได้เจรจากับบริษัทผลิตเครื่องบินของจีนคือ เครื่องบิน Xi'an Aircraft Industrial Corporation เกี่ยวกับการมอบเครื่องบิน MA60 ขนาด 60 ที่นั่ง มาให้บริการเพื่อแลกกับการเข้ามาถือหุ้น โดยล่าสุดมีข่าวว่าจะปรับปรุงแบบการบริหารเหลือเพียงการให้บริการขนส่งผู้โดยสารไปแสวงบุญที่ประเทศซาอุดีอาระเบียเท่านั้น



ไทเกอร์แอร์ขาดทุนต่อเนื่อง

สำหรับสายการบินไทเกอร์แอร์ของสิงคโปร์เริ่มเปิดให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำนับตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา โดยพยายามลอกเลียนแบบการดำเนินการสายการบินไรอัลแอร์ของประเทศไอร์แลนด์ที่ทำธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำประสบความสำเร็จอย่างมากในยุโรป โดยเก็บค่าโดยสารในระดับต่ำมาก บริการแก่ผู้โดยสารจำกัด

**“การดำเนินการธุรกิจของไทเกอร์แอร์
ในระยะหลังขาดทุนอย่างต่อเนื่อง
ปีการเงิน 2555/2556 คาดว่า
จะขาดทุนมากถึง 3.14 พันล้านบาท”**

จ้างพนักงานในอัตราต่ำ โดยในปี 2553 ได้เคยปรับลดเงินเดือนกับต้นเครื่องบินลง ทำให้กับต้นลาออกจำนวนมาก ทำให้เที่ยวบินจำนวนมากต้องดีเลย์ แม้พยายามจะจ้างกับต้นจากอินโดนีเซีย แต่จำนวนมากสอบไม่ผ่านการขอรับใบอนุญาตจากหน่วยงานการบินของสิงคโปร์ อนึ่ง ในอดีตไทเกอร์แอร์ได้เคยเจรจาที่จะจัดตั้งสายการบินต้นทุนต่ำกับผู้บริหารของการบินไทย แต่คณะกรรมการของการบินไทยไม่เห็นด้วย ทำให้แผนการร่วมลงทุนต้องยกเลิกไป

การดำเนินการธุรกิจของไทเกอร์แอร์ในระยะหลังขาดทุนอย่างต่อเนื่อง โดยปีการเงิน 2554/2555 (เมษายน 2554 - มีนาคม 2555) ขาดทุน 2.6 พันล้านบาท

ปีการเงิน 2555/2556 ขาดทุน 1.15 พันล้านบาท และปีการเงิน 2555/2556 คาดว่าจะขาดทุนมากถึง 3.14 พันล้านบาท

ธุรกิจของไทเกอร์แอร์เป็นการขาดทุนทั้งในส่วนกิจการในสิงคโปร์ที่ดำเนินการในนามไทเกอร์แอร์ กิจการในอินโดนีเซียดำเนินการในนามสายการบินไทเกอร์แอร์แมนดาลา กิจการในฟิลิปปินส์ดำเนินการในนามสายการบินไทเกอร์แอร์ฟิลิปปินส์ กิจการในออสเตรเลียดำเนินการในนามไทเกอร์แอร์ออสเตรเลีย ฯลฯ

ไทเกอร์ได้พยายามแก้ไขสถานการณ์ โดยพยายามหารายได้เพิ่มขึ้น ลดต้นทุนการดำเนินการลง นอกจากนี้ ยังได้ขายหุ้นร้อยละ 40 ในสายการบินไทเกอร์แอร์ฟิลิปปินส์ให้แก่สายการบินเซบูแปซิฟิก ส่วนไทเกอร์แอร์แมนดาลาได้ประกาศเมื่อต้นปี 2557 ลดเที่ยวบินลงมาถึงร้อยละ 40 ทำให้โดยเฉลี่ยใช้ประโยชน์จากเครื่องบินต่ำกว่า 9 ชั่วโมงต่อวัน นับว่าต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินต้นทุนต่ำอื่นๆ

มาเลเซียแอร์ไลน์ขาดทุนหลายปีติดต่อกัน

อีกสายการบินหนึ่งของเออีซีที่สถานการณ์ไม่ค่อยดีนักคือ มาเลเซียแอร์ไลน์ ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจของมาเลเซีย แม้รัฐบาลมาเลเซียได้เคยขายหุ้นออกไปเกินครึ่ง แต่ต่อมาเมื่อสายการบินแห่งนี้ประสบปัญหาทางการเงิน รัฐบาลได้ซื้อหุ้นกลับคืนมา ทำให้มีสภาพเป็นรัฐวิสาหกิจอีกครั้งหนึ่ง ทั้งนี้ในระยะเวลาที่ผ่านมา ได้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้แก่คู่แข่งสำคัญคือ แอร์เอเชียอย่างน่าเป็นห่วง เป็นต้นว่าในปี 2548 เคยมีส่วนแบ่งตลาดผู้โดยสารที่ทำอากาศยานนานาชาติกัวลาลัมเปอร์สูงถึงร้อยละ 58 แต่ในปี 2555 ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 28

ขณะเดียวกันประสบปัญหาขาดทุนอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ขาดทุน 2.5 หมื่นล้านบาท ในปี 2554 แม้ลดการขาดทุนเหลือ 4.4 พันล้านบาท ในปี 2555 แต่ในปี 2556 การขาดทุนเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่งเป็น 1.2

หมื่นล้านบาท ซึ่งใกล้เคียงกับการบินไทยที่ขาดทุนประมาณ 1.2 หมื่นล้านบาทในปีเดียวกัน สำหรับสาเหตุที่ขาดทุนจำนวนมากในปี 2556 เนื่องจากมาเลเซียแอร์ไลน์ได้ดำเนินกลยุทธ์ตัดราคาค่าโดยสารเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดกลับคืนมาจากคู่แข่ง แม้ทำให้จำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นเกือบร้อยละ 30 และ Load Factor เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 74.7 ในปี 2555 เป็นร้อยละ 81 ในปี 2556

**“ล่าสุดเหตุการณ์เครื่องบิน
ของมาเลเซียแอร์ไลน์ตก
ในช่วงต้นเดือนมีนาคม 2557 ที่ผ่านมา
ผู้เชี่ยวชาญต่างเห็นว่าเป็นการบริหาร
วิกฤติที่ย่ำแย่มาก ทั้งในส่วนการบริหาร
จัดการค้นหาเครื่องบินที่สูญหาย
และในส่วนการแถลงข่าวที่สับสน”**

สำหรับกลยุทธ์ตัดราคาค่าโดยสาร แม้ทำให้สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดเอาไว้ได้ ทำให้ส่วนแบ่งตลาดที่ทำอากาศยานนานาชาติกัวลาลัมเปอร์ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32 แต่ยิ่งทำให้ขาดทุนเพิ่มขึ้นมาก และสร้างความไม่พอใจให้แก่แอร์เอเชียอย่างมาก โดยกล่าวหาว่ากลยุทธ์ข้างต้นเท่ากับเป็นการนำเงินงบประมาณของรัฐบาลมาพลาญทิ้งเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดเอาไว้ ซึ่งไม่เป็นธรรมที่จะนำเงินภาษีอากรของประชาชนมาทำเช่นนี้ ขณะที่ผู้บริหารของมาเลเซียแอร์ไลน์ได้กล่าวว่าไม่ต้องการแข่งขันตัดราคาแต่อย่างไร แต่สถานการณ์ด้านการตลาดบีบบังคับให้ลดค่าโดยสารลง มิฉะนั้น จะจำหน้าตัวโดยสารไม่ได้

ล่าสุดเหตุการณ์เครื่องบินของมาเลเซียแอร์ไลน์ตกในช่วงต้นเดือนมีนาคม 2557 ที่ผ่านมากลับตรงกันข้าม ผู้เชี่ยวชาญต่างเห็นว่าเป็นการบริหารวิกฤติที่ย่ำแย่มาก ทั้งในส่วนการบริหารจัดการค้นหา

เครื่องบินที่สูญหาย และในสถานการณ์การแถลงข่าวที่สับสน วุ่นวาย ก่อให้เกิดการไม่พึงพอใจถึงกับมีการประท้วง จากญาติพี่น้องของผู้โดยสารที่หน้าสถานทูตมาเลเซียใน กรุงปักกิ่ง และวางแผนลงขันจ้างบริษัทกฎหมาย ฟ้องร้องสายการบินแห่งนี้ รวมถึงการไม่พอใจของ รัฐบาลต่างประเทศและสื่อมวลชน

แม้มาเลเซียแอร์ไลน์ได้ประกาศกลยุทธ์ในปี 2557 ว่าจะตัดรายจ่ายลงร้อยละ 10 และพยายาม หารายได้เพิ่มเติม เพื่อให้กลับมามีกำไรอีกครั้งหนึ่ง แต่ นักวิเคราะห์ที่ไม่แน่ใจว่าจะดำเนินการได้เป็นผลสำเร็จ ยัง เกิดเหตุการณ์เครื่องบินตกและสภาพลักษณะเชิงลบ ยังมี โอกาสสำเร็จน้อยลง ดังนั้น ได้คาดการณ์ว่าแนวโน้มในปี 2557 อาจจะขาดทุนมากกว่าปี 2556 เสียอีก และ สถานการณ์อาจจะกระทบต่อสภาพคล่อง จนรัฐบาล ต้องเข้ามาช่วยเหลืออีกครั้งหนึ่ง ทั้งนี้ นักวิเคราะห์ของ สถาบันต่างๆ ล้วนเห็นในทำนองเดียวกันว่าเป็นหุ้นไม่น่า ลงทุน แนะนำให้ขายหุ้นสายการบินแห่งนี้ออกไป

3 แนวทางเพื่อความอยู่รอด

สำหรับแนวทางแก้ไขสถานการณ์ของมาเลเซีย แอร์ไลน์มีความคิดเห็นแตกต่างกันไป ซึ่งสายการบิน ของประเทศเพื่อนบ้านที่ขาดทุนเหมือนกันจะรับไป พิจารณา ก็ไม่สงวนลิขสิทธิ์แต่อย่างใด

แนวทางแรก นำเสนอโดย ดร. Munir Majid อดีตประธานกรรมการสายการบินมาเลเซียแอร์ไลน์ ระหว่างปี 2547-2554 และปัจจุบันเป็นประธาน กรรมการธนาคาร Muamalat และประธานกรรมการ สถาบันวิจัยอาเซียนของธนาคาร CIMB ได้เสนอว่า ควรควบกิจการกับสายการบินระหว่างประเทศรายอื่น เพื่อความอยู่รอด เนื่องจากปัจจุบันเป็นสายการบิน ขนาดกลาง ยากต่อการแข่งขันกับสายการบินขนาดใหญ่ โดยกล่าวว่าขณะที่เขาดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ สายการบินนั้น ได้ศึกษาพบว่ามี 3 สายการบินที่เหมาะสม ที่จะควบกิจการเข้าด้วยกัน แต่ได้ปฏิเสธที่จะเปิดเผย

รายชื่อสายการบินดังกล่าว

สำหรับสายการบินข้างต้น ไม่แน่ใจว่ามีสิงคโปร์แอร์ไลน์ หรือไม่ ทั้งนี้ ความจริงแล้วเดิมมาเลเซียแอร์ไลน์ และสิงคโปร์แอร์ไลน์เป็นสายการบินเดียวกันโดยมีชื่อ ว่ามาเลเซียสิงคโปร์แอร์ไลน์ ตั้งสำนักงานใหญ่ที่ สิงคโปร์ แม้ภายหลังสิงคโปร์แยกตัวจากมาเลเซียเป็น ประเทศอิสระ แต่ก็ยังดำเนินธุรกิจร่วมกันต่อมาอีก ระยะเวลาหนึ่ง และได้แยกทางกันเดินเมื่อปี 2515 โดยแบ่ง ทรัพย์สินภายหลังแยกกิจการ ฝ่ายมาเลเซียแอร์ไลน์ ได้รับเครื่องบินขนาดเล็กแบบฟอกเกอร์ F27 ขณะที่ ฝ่ายสิงคโปร์แอร์ไลน์ได้เครื่องบินขนาดใหญ่คือ โบอิง 707 และ 737 ซึ่งสิงคโปร์แอร์ไลน์มีการบริหารจัดการ ดีเยี่ยมกว่า ได้พัฒนาตนเองก้าวขึ้นสู่สายการบินระดับ แนวหน้าของโลก

อย่างไรก็ตาม สำหรับสายการบินขนาดกลาง ปกติแล้วจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมควบกิจการกับสายการบิน ที่ใหญ่กว่า เนื่องจากหวั่นเกรงว่าจะถูกผู้ถือหุ้นของ สายการบินขนาดใหญ่ครอบงำกิจการเนื่องจากถือหุ้นเป็น สัดส่วนมากกว่า แต่ ดร. Munir Majid เห็นว่าหาก จะควบกิจการแล้ว จะต้องทำใจยอมรับความจริงข้อนี้ อย่าย่ไปคิดอะไรมาก

แนวทางที่สอง ผู้เชี่ยวชาญบางส่วนได้เสนอให้ มาเลเซียแอร์ไลน์ยื่นต่อศาลขอรับการคุ้มครองในการ ฟันฟูกิจการตามกฎหมายล้มละลาย เหมือนกับสายการ บินเจแปนแอร์ไลน์ ซึ่งจะทำให้คล่องตัวทั้งในการเจรจา ปรับโครงสร้างหนี้กับบรรดาเจ้าหนี้และการปลดพนักงาน ที่เกินความต้องการ ทำให้สามารถฟันฟูกิจการอย่าง รวดเร็ว จนทำให้เจแปนแอร์ไลน์ในปัจจุบันกลายเป็น สายการบินที่มีกำไรสูงสุดในทวีปเอเชีย

แนวทางที่สาม การลดขนาดกิจการลง โดย ยกเลิกเส้นทางบินที่ขาดทุนเหลือเฉพาะเส้นทางบินที่มี กำไร ลดจำนวนพนักงานลง ขายเครื่องบินที่เกินความ ต้องการออกไป

“คาดการณ์ว่าการบินไทยจะขาดทุน จำนวนมากถึง 1.2 หมื่นล้านบาท ในปี 2556”



การบินไทยเร่งปรับโครงสร้าง

สำหรับกรณีของประเทศไทย สถานการณ์ก็ไม่ค่อยน่าไว้วางใจเช่นเดียวกัน แม้ในสถานการณ์ปกติ ก็ไม่ค่อยมีกำไรอยู่แล้ว เนื่องจากการแข่งขันทวีความรุนแรงมากขึ้น ยิ่งในภาวะความวุ่นวายทางการเมืองของไทยที่ลากยาวมาหลายเดือน สถานการณ์ยิ่งน่าเป็นห่วงมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าการบินไทยจะขาดทุนจำนวนมากถึง 1.2 หมื่นล้านบาทในปี 2556 ปัจจุบันการบินไทยอยู่ระหว่างจัดทำแผนปรับโครงสร้างการดำเนินการครั้งใหญ่เพื่อความอยู่รอดเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะการเพิ่มรายได้มากขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมภาระการรับมือเครื่องบินจำนวนมาก โดยในปี 2556 รับมอบ 17 ลำ ปี 2557 รับมอบ 14 ลำ และปี 2558 รับมอบ 8 ลำ เพิ่มการขายตั๋วโดยสารผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งจะมีลูกเล่นในการสร้างรายได้มากมาย รวมถึงลดต้นทุนพนักงานในการให้บริการอีกด้วย

หากเส้นทางบินใดมีรายได้ต่ำ จะใช้สายการบินไทยสมายล์เข้าไปทำตลาดแทน เนื่องจากต้นทุนการดำเนินการต่ำกว่า โดยวางตำแหน่งทางการตลาดสายการบินไทยสมายล์เหมือนกับซิลค์แอร์ของสิงคโปร์แอร์ไลน์และดราคอนแอร์ของคาเธ่ย์แปซิฟิก

การบินไทยได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มรายได้ประมาณร้อยละ 3 - 4 จากตัวเลขปี 2556 ที่มีรายได้ 2.05

แสนล้านบาท โดยจะเร่งหารายได้เพิ่มจากธุรกิจอื่นนอกเหนือจากการขายตั๋วโดยสาร เช่น สินค้าปลอดภาษีบนเครื่อง (Duty on Board) สินค้าไทยชอป (Thai Shop) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ บนเครื่องบิน ซึ่งในระยะที่ผ่านมาการบินไทยมีรายได้ส่วนนี้น้อยมาก ขณะที่โดยเฉลี่ยของสายการบินทั่วไปจะมีรายได้จากธุรกิจส่วนนี้ประมาณร้อยละ 5

“การบินไทยตั้งเป้าหมายลดค่าใช้จ่ายลง 2 พันล้านบาท ในปี 2557”

มาตรการสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การลดต้นทุน เช่น ลดค่าใช้จ่ายด้านการทำงานล่วงเวลา ลดปริมาณการใช้พนักงาน โดยหากเที่ยวบินใดมีผู้โดยสารน้อย ให้ลดจำนวนลูกเรือลง แต่การลดค่าใช้จ่ายกำหนดต้องไม่กระทบด้านความปลอดภัยและคุณภาพการให้บริการ ฯลฯ โดยการบินไทยตั้งเป้าหมายลดค่าใช้จ่ายลง 2 พันล้านบาท ในปี 2557

พร้อมกันนี้ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างครั้งใหญ่จากเดิมที่มีหน่วยงานมากถึง 15 - 16 หน่วย ต้องขึ้นตรงต่อดีดี ให้ลดลงเหลือ 9 หน่วยงาน และมอบหมายให้รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่รับผิดชอบหน่วยธุรกิจ (Business Unit) เช่น บริการภาคพื้น (Ground Service) การขนส่งสินค้า (Cargo) บริการอุปกรณ์ภาคพื้น (Ground Equipment) ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารและพนักงานต้องร่วมมือกันทำตามแผน พร้อมกันนี้ จะรวมศูนย์ข้อมูล โดยรวมบางหน่วยงาน ปรับกระบวนการทำงานให้รวดเร็วขึ้น ตั้งแต่การคิด ตัดสินใจ ดำเนินการปฏิบัติ มีการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวดเร็ว ไม่ปล่อยให้เกิตปัญหาแล้วค่อยมาวิเคราะห์ปรับแก้ ซึ่งหากรวบรวมข้อมูลได้เร็ว แม่นยำ การตัดสินใจจะรวดเร็วและถูกต้องมากขึ้น 





ก้าวใหม่เปิดเสรี ยานยนต์มาเลเซีย



เมื่อประมาณ 20 ปีมาแล้ว อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยและมาเลเซียนับว่าเป็นคู่แข่งสำคัญในการแย่งชิงตำแหน่งศูนย์กลางอุตสาหกรรมรถยนต์ในเอเชีย โดยในช่วงนั้นเป็นการแข่งขันที่ดุเดือดมาก ไทยมีจุดเด่นในการผลิตรถยนต์ปีกอ๊อฟ ขณะที่มาเลเซียมีจุดเด่นในการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ส่วนในด้านนโยบายของรัฐบาลก็มีความคล้ายคลึงกันคือ ส่งเสริมการผลิตรถยนต์ภายในประเทศ โดยกำหนดต้องร่วมทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น กำหนดใช้ชิ้นส่วนผลิตในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างเป็นขั้นตอน



ยานยนต์เป็นอันดับ 3 ในเอเชีย

แต่ต่อมาทิศทางนโยบายของ 2 ประเทศแตกต่างกันมาก โดยมาเลเซียมุ่งพัฒนารถยนต์แห่งชาตินับตั้งแต่ปี 2526 และจำกัดการลงทุนด้านยานยนต์ของต่างชาติ ขณะที่ประเทศไทยกลับดำเนินนโยบายในทิศทางตรงกันข้าม โดยเปิดเสรีการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์อย่างสิ้นเชิงเมื่อปี 2534 พร้อมกับเร่งส่งเสริมการลงทุนอย่างเต็มที่ภายใต้คำขวัญที่เราคุ้นเคยกันดีในอดีต คือ **Detroit of Asia**

จากนโยบายรถยนต์แห่งชาติ หรือ National Car ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์มาเลเซียตกเป็นรองไม่เฉพาะไทยเท่านั้น แต่หล่นมาเป็นอันดับ 3 รองจากอินโดนีเซียด้วย โดยในปี 2556 มีปริมาณการประกอบเพียง 6 แสนคัน เปรียบเทียบกับไทย 2.4 ล้านคัน และอินโดนีเซีย 1.2 ล้านคัน ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทรถยนต์แห่งชาติโปรตอนที่ตั้งความหวังสูงว่าจะก้าวขึ้นเป็นบริษัทชั้นนำในภูมิภาค ก็ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ยังมีความสามารถในการแข่งขันต่ำ ส่งออกน้อยมาก ฐานะการเงินไม่ดีนัก ขณะเดียวกันส่วนแบ่งในตลาดรถยนต์ภายในประเทศได้ลดลงไปตามลำดับ แต่นโยบายดังกล่าวกลับส่งผลดีต่อไทย ทำให้ไทยซุกจุก

การลงทุนด้านยานยนต์ไปได้จำนวนมาก

จากนโยบายข้างต้น ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์ของมาเลเซียอยู่ในสภาพกลืนไม่เข้าคายไม่ออก ความจริงแล้วต้องการปรับเปลี่ยนนโยบายมาเปิดเสรีการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์ เพื่อให้เป็นฐานผลิตและส่งออกของต่างชาติ แต่หวั่นเกรงว่าจะส่งผลกระทบต่อทำให้บริษัทรถยนต์แห่งชาติ โดยเฉพาะโปรตอนประสบปัญหาทางการเงิน ดังนั้น จึงมีนโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมรถยนต์แบบค่อยเป็นค่อยไปอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ผู้ประกอบการรถยนต์ภายในประเทศมีเวลาเตรียมตัว



เปิดเสรีผลิตรถยนต์ขนาดไม่ต่ำกว่า 1,800 ซีซี

กระทรวงการคลังระหว่างประเทศและอุตสาหกรรม (MITI) ของมาเลเซีย ได้ประกาศปรับปรุงนโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์แห่งชาติ (National Automotive Policy - NAP) เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2552 โดยมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 เป็นต้นไป กำหนดเปิดเสรีการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์อย่างจำกัด โดยยกเลิกการห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ รวมถึงเปิดเสรีการถือหุ้นของต่างชาติ เฉพาะกรณีประกอบรถยนต์ขนาดไม่ต่ำกว่า 1,800 ซีซี และมีราคาจำหน่ายไม่ต่ำกว่า 150,000 ริงกิต หรือ 1.5 ล้านบาท เนื่องจากเกรงจะแข่งขันกับรถยนต์แห่งชาติ รวมถึงเปิดเสรี

“รัฐบาลมาเลเซียยังมีนโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนารถยนต์ไฟฟ้า รถยนต์ไฮบริด รวมถึงชิ้นส่วนสำคัญ โดยให้สถานภาพ Pioneer Status เต็ม 100%”

การผลิตรถยนต์หรรษา รถยนต์ไฮบริด รถยนต์ไฟฟ้า รถยนต์ปิกอัพ และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 เป็นต้นไป

แม้ว่ามาเลเซียจะเริ่มเปิดเสรีผลิตรถยนต์ แต่ก็ยังมีการลงทุนจากต่างประเทศอย่างจำกัด กล่าวคือนับจากประกาศนโยบายถึงปลายปี 2556 มีการลงทุนจากต่างประเทศเพียง 7 พันล้านบาท นับว่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับที่แห่ไปลงทุนในไทยและอินโดนีเซีย เนื่องจากตลาดใหญ่ของมาเลเซียเป็นรถยนต์ขนาดต่ำกว่า 1,800 ซีซี ซึ่งยังไม่เปิดเสรี

รัฐบาลมาเลเซียยังมีนโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนารถยนต์ไฟฟ้า รถยนต์ไฮบริด รวมถึงชิ้นส่วนสำคัญ เช่น มอเตอร์ อินเวอร์เตอร์ แบตเตอรี่ ฯลฯ โดยให้สถานภาพ Pioneer Status เต็ม 100% เป็นเวลา 10 ปี หรือ Investment Tax Allowance 100% รวมถึงสนับสนุนในรูปแบบเงินให้เปล่าในด้านการฝึกอบรมและด้านวิจัยและพัฒนา





ต่อมาได้มีมาตรการเพิ่มเติม โดยประกาศยกเว้นภาษีสรรพสามิตรถยนต์ไฮบริดขนาดเครื่องยนต์ต่ำกว่า 2,000 ซีซี ถึงสิ้นปี 2556 ทำให้ยอดรถยนต์ไฮบริดจำหน่ายเพิ่มขึ้นมาก โดยยอดจำหน่ายรถยนต์ไฮบริดเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จาก 328 คัน ในปี 2553 เพิ่มขึ้นเป็น 8,334 คัน ในปี 2554 เพิ่มขึ้นอีกเป็น 15,355 คัน ในปี 2555 และล่าสุดเพิ่มขึ้นเป็น 18,967 คัน ในปี 2556


เปิดเสรีมากยิ่งขึ้นในส่วนรถยนต์ประหยัดพลังงาน

ล่าสุดเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2557 กระทรวงการคลังระหว่างประเทศและอุตสาหกรรมได้ประกาศนโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์แห่งชาติฉบับใหม่ ซึ่งเรียกย่อๆ ว่า **“NAP 2014”** โดยมีผลบังคับใช้โดยทันที กำหนดเป้าหมายส่งเสริมให้อุตสาหกรรมรถยนต์มีความสามารถในการแข่งขันและมีความยั่งยืน เพิ่มปริมาณการประกอบรถยนต์จาก 6 แสนคันในปัจจุบันเป็น 1.25 ล้านคัน ภายในปี 2563 กำหนดเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน (Energy Efficient Vehicles - EEVs) ในเออีซี ซึ่งครอบคลุมทั้งรถยนต์สันดาปใช้น้ำมันน้อย รถยนต์ไฮบริด รถยนต์ไฟฟ้า และรถยนต์พลังงานทางเลือก โดยภายในปี 2563 รถยนต์สัดส่วนสูงถึงร้อยละ 85 ที่ผลิตในมาเลเซียจะต้องเป็นรถยนต์แบบ EEVs เพิ่มการส่งออกจาก 20,000 คัน เป็น 200,000 คัน ภายในปี 2563

“เปิดเสรีการลงทุนของต่างชาติ โดยไม่จำเป็นต้องร่วมทุนกับนักลงทุนมาเลเซีย สำหรับการผลิตรถยนต์ขนาดต่ำกว่า 1,800 ซีซี แต่มีเงื่อนไขต้องเป็นรถยนต์แบบ EEVs เท่านั้น”

นโยบายข้างต้น ได้เปิดเสรีการลงทุนของต่างชาติ โดยไม่จำเป็นต้องร่วมทุนกับนักลงทุนมาเลเซีย สำหรับการผลิตรถยนต์ขนาดต่ำกว่า 1,800 ซีซี แต่มีเงื่อนไขต้องเป็นรถยนต์แบบ EEVs เท่านั้น ขณะเดียวกันรัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณ 2.9 หมื่นล้านบาท สำหรับเป็นเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และอีก 1.8 พันล้านบาท สำหรับเป็นเงินให้เปล่า เพื่อสนับสนุนการผลิตรถยนต์ EEVs โดยกรณีเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ จะช่วยเหลือในการผลิตทุลแม่พิมพ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฯลฯ ขณะที่เงินให้เปล่า จะช่วยเหลือในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เป็นภูมิบุตร

สำหรับการจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าและไฮบริด จากเดิมกำหนดจะได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิตเป็นการทั่วไป แต่นโยบายใหม่จะยกเว้นภาษีสรรพสามิตเฉพาะกรณีเป็นรถยนต์ประกอบภายในประเทศเท่านั้น มาตรการครอบคลุมถึงรถยนต์สำเร็จรูปนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังจำกัดเวลาการยกเว้น โดยกรณีรถยนต์ไฮบริดจะยกเว้นถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558 และกรณีของรถยนต์ไฟฟ้า จะยกเว้นถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2560

แม้การเปิดเสรีอุตสาหกรรมรถยนต์ของมาเลเซียจะค่อนข้างช้า และยังไม่เปิดเสรีเต็ม 100% แต่ก็เป็นเรื่องต้องจับตามองว่าจะมีนโยบายเพิ่มเติมอย่างไรบ้าง เพื่อชักจูงการลงทุนแข่งขันกับไทยและอินโดนีเซีย รวมทั้งฟื้นฟูอุตสาหกรรมรถยนต์ให้กลับมาสู่ตำแหน่งแนวหน้าของเออีซีอีกครั้งหนึ่ง 



ราเมศวร์ ศิลปพรหม ต้นแบบผู้บริหารธุรกิจซอฟต์แวร์

หลายคนที่ประกอบธุรกิจต่างก็รู้จักสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบีโอไอ และขอรับการส่งเสริมการลงทุนกันเรียบร้อยแล้ว แต่ยังมีอีกหลายคนที่อาจจะยังไม่ได้ศึกษาเรื่องนี้อย่างจริงจัง จึงไม่ทราบถึงสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบีโอไอ ดังนั้น เมื่อทีมงานวารสารส่งเสริมการลงทุนได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกับ **คุณราเมศวร์ ศิลปพรหม** ผู้ก่อตั้งและกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซอฟต์แวร์ 1999 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับสิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุนมาแล้ว จึงขอนำเสนอให้ผู้ประกอบการได้เห็นข้อดีจากการได้รับสิทธิประโยชน์เหมือนที่คุณราเมศวร์ และบริษัท ซอฟต์แวร์ 1999 จำกัด ได้รับและช่วยบอกต่อให้เพื่อนๆ ในวงการ



คุณราเมศวร์ ศิลปพรหม
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท ซอฟต์แวร์ 1999 จำกัด

เริ่มด้วยทุน 3 แสน และ 3 คน

บริษัทฯ นี้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2531 ด้วยเงินลงทุนเพียง 300,000 บาท เริ่มต้นด้วยพนักงานจำนวน 3 คน ซึ่งในช่วงนั้นบริษัทฯ ยังไม่เข้าหลักเกณฑ์ที่จะขอรับการส่งเสริมฯ จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือบีโอไอ แต่ก็ได้ร่วมทำงานกับ Software Park



บริษัทฯ ออกบูชขายตลาด

Thailand มาโดยตลอด ซึ่งมีศูนย์ปมเพาะ จากนั้นจึงมุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจของบริษัทฯ ให้เจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งในปี 2537 บริษัทฯ มีพนักงานเพิ่มขึ้นเป็น 40 คน

“บริษัท Northern Soft จำกัด ขอรับการส่งเสริมฯ จากบีโอไอ เมื่อปี 2535 นับเป็นบริษัทแรก ที่จดทะเบียนและขอรับการส่งเสริมฯ ที่จังหวัดเชียงใหม่”

ในระหว่างที่ดำเนินการพัฒนาธุรกิจของบริษัทฯ อยู่ตลอดเวลา นั้น ก็ได้ดำเนินการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเพิ่มขึ้นอีก 1 แห่งควบคู่ไปด้วย ในนามบริษัท Northern Soft จำกัด โดยได้ขอรับการส่งเสริมฯ จากบีโอไอเมื่อประมาณปี 2535 นับเป็นบริษัทแรกที่จดทะเบียนและขอรับการส่งเสริมฯ ที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในเขต 3 ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี หากนับถึงปัจจุบันก็เป็นเวลากว่า 20 ปีที่บริษัทดังกล่าวได้เปิดดำเนินการมา

โดยสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบีโอไอนั้น นับว่ามีส่วนในการช่วยทำให้บริษัทฯ เติบโตเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการที่ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลาถึง 8 ปี (ร้อยละ 30) เงินลงทุนช่วงแรกใช้ประมาณ 5 ล้านบาท

จากการที่บริษัทฯ ไม่ต้องชำระภาษี ซึ่งถ้าคิดเป็นจำนวนเงินก็หลายล้านบาท ดังนั้นเงินจำนวนดังกล่าวจึงถูกนำไปใช้ในการลงทุนเพิ่ม และขยายกิจการของบริษัทฯ

จนถึงปี 2547 บริษัทฯ มีพนักงานกว่า 400 คน โดยเป็นพนักงานที่อยู่ในกลุ่มของบริษัททั้งหมดจำนวน 12 บริษัท โดยลูกค้าของบริษัทฯ มีอยู่ทั่วโลก สำหรับลูกค้าในประเทศก็มีทั้งหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทอุตสาหกรรมรายใหญ่ๆ ซึ่งนับว่าเป็นบริษัทฯ ของคนไทยอย่างแท้จริง ที่สามารถไปแข่งขันในตลาดโลกได้

ร่วมงานทั้งภาครัฐและเอกชน

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมที่บริษัทฯ ได้ร่วมดำเนินการกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น บีโอไอ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (กรมส่งเสริมการส่งออกเดิม) SIPA Software Park ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบีโอไอนั้น เป็นการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการขยายความเข้มแข็งของบริษัทซอฟต์แวร์ เนื่องจากขนาดของบริษัทที่เกิดขึ้นใหม่นั้นยังเป็นบริษัทขนาดเล็ก ซึ่งจากประสบการณ์ที่พบมาคือลูกค้ามักจะสอบถามเสมอว่า บริษัทคุณมีใครเป็นลูกค้าบ้าง และสถานะของบริษัทมีความมั่นคงเพียงใด เนื่องจากบริษัทมีขนาดเล็ก เพราะฉะนั้นการที่ได้รับการส่งเสริมฯ จะทำให้บริษัทได้รับความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น จากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

ต่อมาจึงได้จัดตั้งโครงการ Northern IT Cluster ขึ้น เป็นการร่วมมือกับหลายๆ จังหวัด มีการจัดโรดโชว์ โดยร่วมมือกับผู้ประกอบการที่ได้รับการ



ส่งเสริมฯ ปัจจุบันความร่วมมือที่ดำเนินการอยู่กับสถาบันการศึกษาคือ การจัดอบรมแบบ Internship Program ซึ่งจะมีนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ 4 ที่ศึกษาทางด้านไอทีเข้ามาดูงานที่บริษัทฯ ประมาณ 1,500 คน

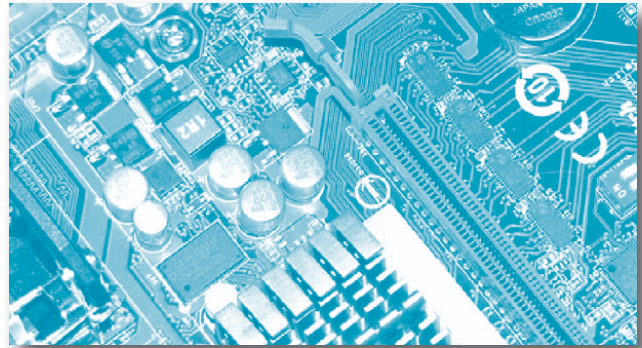
ในแต่ละปีบริษัทฯ จะมีการจัดอบรมภาคฤดูร้อน โดยให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้ามาเรียนรู้และทำงานอยู่กับบริษัทฯ เป็นเวลาประมาณ 2 เดือน พร้อมทั้งสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้คนละ 5,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้บริษัทฯ จะสอนให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับการเขียนโปรแกรมต่างๆ ซึ่งมีเทคโนโลยีของ JAWA ORACALMICROSOFT ฯลฯ และเมื่อนักศึกษาผ่านการอบรมจะได้รับวุฒิบัตรรับรองด้วย

“บริษัทฯ มุ่งงบประมาณ ในการพัฒนาบุคลากร 60 ล้านบาท ซึ่งเป็นเงินที่ ได้รับการยกเว้นภาษีจากบีโอไอ”

หลังจากที่นักศึกษาเหล่านี้ผ่านการอบรมไปแล้ว บางคนยังต้องกลับไปศึกษาต่ออีก 1 ภาคการศึกษา ก็จะสามารถนำเรื่องที่ได้รับจากการอบรมไปเป็น Project ได้ ขณะนี้มีนักศึกษาอยู่ในโครงการประมาณ 1,500 คน โดยบริษัทฯ มุ่งงบประมาณสำหรับนำมาใช้ในการพัฒนาบุคลากรนี้เป็นเงิน 60 ล้านบาท ซึ่งเงินในส่วนนี้เป็นเงินที่ได้รับการยกเว้นภาษีจากบีโอไอ อย่างไรก็ตามหากนักศึกษาที่ผ่านการอบรมจากบริษัทฯ เมื่อจบการศึกษาแล้ว สนใจร่วมงานกับบริษัทฯ บริษัทฯ ก็พร้อมที่จะรับเข้าเป็นพนักงานของบริษัทฯ ต่อไปจากการดำเนินการดังกล่าวจึงทำให้การพัฒนาบุคลากรทางด้านไอทีเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Insong Cobble base Learning

นอกจากบริษัทฯ จะอบรมวิชาทางด้านเทคนิค



แล้ว ยังสอนเกี่ยวกับเรื่องการบริหารจัดการต่างๆ ด้วย ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขยายความร่วมมือไปที่มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง โดยเรียกว่า “โครงการ Cobble Base Learning” ซึ่งจะดำเนินการคัดเลือกนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนต่างๆ ทั้งภาคเหนือให้เข้ามาศึกษาในโครงการนี้ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 เดิมมหาวิทยาลัยก็มีนักศึกษาที่เรียนทางด้าน Software Engineer, Computer IT Management และ Computer Sign รวมทั้ง 3 สาขาวิชาจำนวน 50 คน เมื่อขึ้นชั้นปีที่ 2 ปรากฏว่าเหลือนักศึกษาเพียง 20 คน เนื่องจากหลายคนสอบไม่ผ่านในวิชาพื้นฐานต่างๆ และยังไม่ได้เริ่มเรียนทางด้าน Software แต่อย่างใด

ดังนั้นจึงเกิดความร่วมมือในโครงการดังกล่าวขึ้น มีการปรับปรุงแบบการเรียนใหม่คือ ทุกภาคการศึกษาตลอดระยะเวลา 4 ปีนั้น นักศึกษาต้องเรียนทั้งหมด 8 ภาคการศึกษา จึงนำวิชาที่เกี่ยวข้องกันจำนวน 3 วิชา มารวมเป็นวิชาเดียว จากนั้นนำโครงการมาให้นักศึกษาทำ หากนักศึกษาสามารถทำโครงการที่ได้รับมอบหมายผ่าน ก็จะได้คะแนนของ 3 วิชานั้น

สำหรับการเรียนในชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาแรกนั้น จะเริ่มต้นเรียนตั้งแต่ IT Concept การพัฒนา Software บ้าง จากนั้นจะส่งนักศึกษาไปศึกษาหาความรู้กับผู้ประกอบการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าปลีก โรงงานขนาดเล็ก เพื่อให้นักศึกษาได้เริ่มฝึกหัดการวิเคราะห์ โดยยังไม่ต้องเขียนเป็นโปรแกรมส่วนวิชาที่จะมีการสอนเพิ่มเติมให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คือ



Presentation Technique และ Project Management ซึ่งนักศึกษาก็สามารถจะนำความรู้เหล่านี้มาเริ่มหัดสร้างโมเดลเบื้องต้น

ส่วนในชั้นปีที่ 2 จะเริ่มการเขียนภาษา JAWA เรียน Data base เบื้องต้น จากนั้นชั้นปีที่ 3 ก็ทำเป็น Senior Project และชั้นปีที่ 4 ก็ให้นำโครงการที่ทำมานำเสนอกับบริษัท เพื่อพิจารณาต่อไป

จากการดำเนินการตามโครงการดังกล่าว สามารถพัฒนาให้นักศึกษาเพิ่มขึ้นได้ปีละ 200 คน ดำเนินโครงการมาแล้ว 3 ปี พัฒนาได้ประมาณ 600 คน ปีต่อไปจะกลายเป็น 800 คน อย่างไรก็ตาม สำหรับเป้าหมายการพัฒนาศึกษานั้นตั้งไว้ที่จำนวน 2,000 คน ถ้าดำเนินการได้ตามแผนจะทำให้มีแรงงานที่ยังศึกษาอยู่แต่สามารถไปเป็นแรงงานเสริม โดยให้ช่วยงานในเรื่องต่างๆ หรือเป็นผู้ช่วยพนักงานในบริษัทฯ ได้

“บีโอไอเป็นสื่อกลาง

ส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่

นอกจากจะเป็นการหาผู้ร่วมทุนแล้ว

ยังเป็นการหาผู้ร่วมงานในโครงการใหญ่ๆ

ได้อีกด้วย”

บีโอไอเป็นสื่อกลางส่งเสริมผู้ประกอบการ

ทั้งนี้หากผู้ประกอบการต่างๆ ร่วมมือกันก็จะสามารถกระจายให้นักศึกษาเหล่านี้เข้าไปฝึกงานในบริษัทฯ ได้เช่นกัน โดยใช้มาตรฐานเดียวกัน และให้บีโอไอเป็นสื่อกลางที่จะช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้จะเป็นการหา

ผู้ร่วมทุนแล้ว ยังเป็นการหาผู้ร่วมงานในโครงการใหญ่ๆ ได้อีกด้วย หากภาคเอกชนดำเนินการเพียงลำพังโดยไม่มีหน่วยงานหลัก ไม่ว่าจะเป็น บีโอไอ หรือภาครัฐเอง อาจมีข้อจำกัดเกิดขึ้น เหตุเพราะคนไทยยังไม่มีความพร้อมที่จะรวมกลุ่มกันได้อีก

สำหรับโครงการที่บริษัทฯ ดำเนินการร่วมกับมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินงานถึง 4 ปีนั้น จะดำเนินการกิจกรรมต่างๆ ไปตามช่วงวัยของนักศึกษาแต่ละชั้นปี ไม่ได้เน้นการเรียนแบบเลกเชอร์ แต่ให้นักศึกษาได้ทำโครงการและเรียนจากอุปกรณ์ที่ทันสมัยด้วยวิธีการเรียนการสอนแบบใหม่ๆ โดยสอนให้นักศึกษาได้เห็นภาพว่าเมื่อเรียนทางด้านนี้ไปแล้ว จะเติบโตต่อไปจนถึงการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างไร ซึ่งในอนาคตก็คาดหวังไว้ว่านักศึกษาที่จบชั้นปีที่ 4 แล้ว จะสามารถดำเนินการเปิดบริษัทของตนเองได้

ดังนั้นจึงขอเชิญชวนให้ผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมฯ ในโครงการใหม่ หากเรามาร่วมมือกันเราจะเห็นประโยชน์ที่ได้รับการสนับสนุนจากบีโอไอ โดยเฉพาะการที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ฯ ซึ่งเห็นได้ชัดเจน แต่ภาษีนำเข้าเครื่องจักร (คอมพิวเตอร์) จะน้อยมาก ส่วนผลที่ได้รับการสนับสนุนที่ไม่เกี่ยวกับภาษีก็มีไม่น้อยเช่นกัน

การที่บริษัทได้รับการส่งเสริมฯ เมื่อต้องไปเสนองานกับบริษัทต่างประเทศ จะทำให้เรารู้สึกว่าบริษัทของเรามีความมั่นคงขึ้น เนื่องจากเรามีหน่วยงานของภาครัฐให้การสนับสนุนอยู่ และลูกค้าเองก็มั่นใจที่จะทำงานกับเรา ตรงกันข้ามหากเป็นบริษัทที่ไม่มีชื่อเสียง ไม่เป็นที่รู้จัก และไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ก็จะดำเนินธุรกิจได้ยาก

“อุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการ

ด้านซอฟต์แวร์คือ

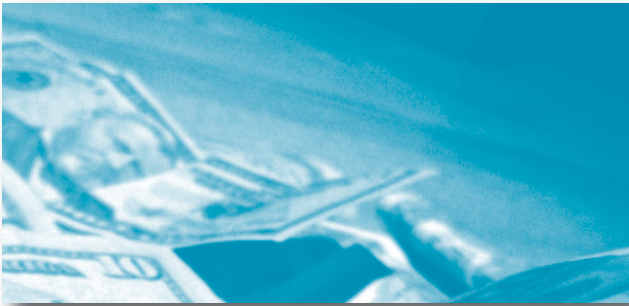
การขาดแคลนบุคลากร”

สำหรับอุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการทางด้านซอฟต์แวร์คือ การขาดแคลนบุคลากร ซึ่งนี่คือเหตุผลหนึ่งที่บีโอไอพยายามสนับสนุนให้มีการพัฒนาบุคลากรทางด้านนี้ โดยโครงการที่ได้ดำเนินการร่วมกันมาแล้ว คือ การจัดประกวด Software ERT Content

ร่ำรวยด้วยสูตร 747

อย่างไรก็ตาม ผมมีความเห็นว่า การที่มีหน่วยงานรัฐบาลเป็นแกนกลาง จะทำให้ทำงานได้ง่ายขึ้น และเป็นที่น่าเชื่อถือ เมื่อได้รับการส่งเสริมฯ แล้ว ก็ให้บริษัทต่างๆ เข้ามารวมกลุ่มกันสร้างเป็นคลัสเตอร์ให้แข็งแรงขึ้น เพื่อจะได้สามารถรับงานขนาดใหญ่จากต่างประเทศได้ โดยการส่งงาน (Outsource) ให้กัน ซึ่งอาจจะเป็นการทยอยืม จ่ายเป็นเงิน หรือแลกเปลี่ยนกันตามแต่จะตกลง หากดำเนินการได้ตามแนวทางนี้จะทำให้เรามีความแข็งแรงทางด้านตลาดมากขึ้นอีกด้วย

จากการที่มีโครงการร่วมพัฒนานักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ 4 เพื่อพร้อมใช้นั้น หากมหาวิทยาลัยในภาคเหนือ



ซึ่งมีอยู่ประมาณ 20 แห่ง ร่วมมือกันก็จะพัฒนานักศึกษาได้ปีละ 200 คน โดยรวมแล้วก็จะมีนักศึกษาถึงปีละ 4,000 คน ที่จะออกมาทำงานทางด้านซอฟต์แวร์ หากมีนักศึกษาจบการศึกษาได้ประมาณร้อยละ 10 จะมีบุคลากรถึง 400 คน ถ้าดำเนินการเช่นนี้ติดต่อกันไป 2 - 3 ปี คลัสเตอร์นี้จะมีบุคลากรคุณภาพถึง 2,000 คน

อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ประกอบการท่านใดที่ต้องการจะมีเงินจำนวน 30 ล้านบาท เมื่ออายุ 50 ปีนั้น คุณรามเสวร์มีคำแนะนำและวิธีการที่เป็นไปได้มาแนะนำเสนอคือ ต้องเริ่มต้นจากการสร้างประสบการณ์ให้เงินเหลือก่อน จากนั้นใช้เงินทำงานตามสูตร 747 โดยสูตรที่ว่าในช่วง 7 ปีแรกต้องทำกำไรบริษัทให้ได้ 1.5 ล้านบาท 7 ปีถัดไปเพิ่มเป็น 10 ล้านบาท ต่อมาอีก 7 ปีก็เพิ่มขึ้นเป็น 30 ล้านบาท และเมื่อถึงรอบ 7 ปีสุดท้ายไม่ต้องทำงานก็สามารถอยู่ได้ด้วยหุ้น 📧



ของเล่นเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างพัฒนาการให้แก่เด็ก และหากพูดถึงของเล่นที่อยู่ในระดับมาตรฐานทั้งด้านคุณภาพและความคิดสร้างสรรค์แล้ว คงต้องนึกถึงยี่ห้อดังอย่าง Plan Toys แห่งจังหวัดตรังอย่างแน่นอน

วันนี้เราจะได้รู้จักคุณวิฑูรย์ วัระพรสวรรค์ ผู้อำนวยการพัฒนาและสนับสนุนองค์กรของบริษัท แพลนครีเอชันส์ จำกัด ผู้ผลิตของเล่นจากไม้ยางพารา (Wooden Toy) เพื่อการศึกษาและสร้างพัฒนาการให้เด็กภายใต้ยี่ห้อ Plan Toys

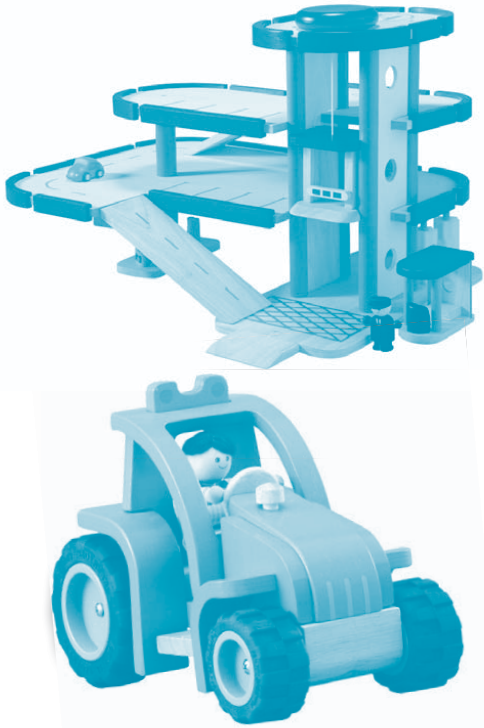


คุณวิฑูรย์ วัระพรสวรรค์
ผู้อำนวยการพัฒนาและสนับสนุนองค์กร
บริษัท แพลนครีเอชันส์ จำกัด

Plan Toys กำเนิดขึ้นจากแรงบันดาลใจในวัยเด็กของคุณวิฑูรย์ ที่ต้องการทำธุรกิจที่มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จนมาลงตัวที่ของเล่นเด็ก โดยเลือกทำของเล่นไม้ เพราะภาคใต้มีสวนยางพารามากมาย และเมื่อเกษตรกรตัดกรีดยางจนถึงอายุที่ไม่ค่อยให้น้ำยางแล้ว เกษตรกรจะเผาไม้ยางนั้นทิ้งไว้ในป่าสวนยาง คุณวิฑูรย์จึงเห็นว่าน่าจะพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของของเล่นจากไม้ยางพารา โดยของเล่นจะเน้นสำหรับเด็กในช่วงอายุต่างๆ ถึงประมาณ 6 ปี เพราะเป็นช่วงที่ดีของการพัฒนา

**“Plan Toys ใช้ไม้ยางพารา
ซึ่งราคาไม่แพง จึงได้รับความนิยม
จากลูกค้าอย่างรวดเร็ว”**

ย้อนไปเมื่อ 30 ปีก่อนของเล่นที่ทำด้วยไม้เป็นที่นิยมในตลาดยุโรปและอเมริกา โดยผู้ผลิตส่วนใหญ่อยู่ในยุโรป ช่วงนั้นบริษัทฯ เริ่มนำผลิตภัณฑ์ไปนำเสนอลูกค้าที่งาน Toys Fair ประเทศเยอรมนีและจากงานนั้นเองจึงเป็นจุดแข็งเกิดให้แก่ของเล่นไทย เพราะ Plan Toys มีการออกแบบที่โดดเด่น สวยงาม และ



ราคาถูกกว่ายุโรป เพราะยุโรปใช้ไม้จากป่าปลูก แต่ Plan Toys ใช้ไม้ยางพาราซึ่งราคาไม่แพง จึงได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างรวดเร็ว

หัวใจหลักที่ควบคุมการผลิตของเล่นให้มีมาตรฐานคือ “การออกแบบ” โดยนักออกแบบได้ใส่เรื่องราวลงไป ในของเล่นแต่ละชิ้น เช่น ตัวหนอน ลิงโต ยีราฟ ฯลฯ และใส่เฟืองเข้าไปในชิ้นงานเพื่อให้ขยับได้สมจริง ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องนำเครื่องจักรเข้ามาช่วยเพื่อให้งานมีคุณภาพมาตรฐาน และเพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน

นอกจากนี้การรักษามาตรฐานในการเป็นของเล่นคุณภาพคือ กระบวนการทดสอบความแข็งแรง โดยมีระบบการตรวจสอบคุณภาพอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

เมื่อบริษัทฯ ก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมการแข่งขันอย่างเต็มตัว คุณวิฑูรย์จึงเห็นความจำเป็นที่จะต้องหาตัวช่วยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ จึงได้เข้าไปติดต่อบีไอไอเพื่อขอรับการส่งเสริมการลงทุน โดยบริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์คือ ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร ทำให้สามารถนำเครื่องจักรที่ทันสมัยมาผลิตของเล่นที่มีคุณภาพ

สามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้อย่างแข็งแกร่ง และยังได้รับการยกเว้นภาษีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทำให้มีกำลังในการผลิตของเล่นไปแข่งขันกับคู่แข่งในต่างประเทศได้มากขึ้น

นอกจากนี้ บีไอไอยังช่วยสนับสนุนการศึกษาดูงานทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งทำให้ได้พบปะกับนักลงทุนด้วยกัน จึงมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ และข้อมูลต่างๆ ระหว่างกัน รวมทั้งนำสิ่งต่างๆ เหล่านี้มาพัฒนาต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

และบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญเป็นพิเศษด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เช่น ไม้ที่นำมาใช้จะไม่มีสารเคลือบสารเคมี และสีที่ใช้เป็นสีประเภท Water Base ของเล่นที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้าต้องได้มาตรฐานความปลอดภัย เช่น มาตรฐาน ASTM, CE เป็นต้น สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ปัจจุบันมีมากกว่า 1,000 แบบ โดยจะออกแบบใหม่เพิ่มขึ้นอย่างน้อยเฉลี่ยปีละประมาณ 30 - 40 แบบ



นอกจากจะขายภายในประเทศแล้วยังส่งออกต่างประเทศอีกด้วย ลูกค้าหลัก ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป และเอเชีย ปัจจุบันเริ่มมีลูกค้าจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี ให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจึงถือว่าเป็นนักลงทุนคนรุ่นใหม่ที่เป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่นักลงทุนรายอื่นๆ ได้ศึกษาแนวทาง



สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ดินแดนแห่งทรัพยากรสัตว์น้ำ

“สาธารณรัฐฟิลิปปินส์” (The Republic of the Philippines) ถือเป็นหนึ่งในประเทศเพื่อนบ้าน และพันธมิตรอาเซียน ที่มีความสัมพันธ์อันดีกับไทยมายาวนาน สภาพสังคมของฟิลิปปินส์มีความเป็นมิตรกับชาวต่างชาติ บุคลากรมีการศึกษาสูงและใช้ภาษาอังกฤษได้ดีเยี่ยม ยิ่งกว่านั้นฟิลิปปินส์ยังมีทรัพยากรธรรมชาติอยู่มากมาย ทั้งบนผืนดิน ใต้ดิน และในท้องทะเล อีกทั้งรัฐบาลยังมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ จึงเป็นโอกาสสำหรับนักลงทุนต่างชาติ รวมถึงนักลงทุนไทย อย่างไรก็ตาม การศึกษาข้อมูลอย่างละเอียด และการเดินทางไปสำรวจจุดทางการลงทุนในพื้นที่ด้วยตนเองเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

ประเทศสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มีภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะ ประกอบด้วย เกาะใหญ่น้อย รวมกัน 7,107 เกาะ อยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิก ด้านตะวันออกของไทย มีประชากร 93 ล้านคน (จากสถิติปี 2556) มีพื้นที่รวม 299,764 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นประมาณ 3 ใน 5



ของประเทศไทย แต่มีแนวชายฝั่งทะเลยาวถึง 36,300 กิโลเมตร ฟิลิปปินส์ไม่มีผืนดินติดกับประเทศใด มีความยาวจากเหนือจรดใต้ 1,840 กิโลเมตร ทิศเหนือและทิศตะวันตกจรดทะเลจีนใต้ ไกลออกไปทางเหนือคือ ดินแดนของไต้หวัน จีน ฮังกง และญี่ปุ่น ด้านตะวันตก คือ เวียดนาม ทิศใต้จรดทะเลเซเลเบส (Celebes) หรือสุลาเวสี (Sulawesi) อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ส่วนด้านตะวันออกจรดมหาสมุทรแปซิฟิก ไกลออกไปเป็นเกาะกวม หมู่เกาะของสหรัฐฯ และหมู่เกาะในความพิทักษ์ของสหประชาชาติ โดยมีเมืองหลวงชื่อ “มะนิลา” หรือเรียกว่า “กรุงมะนิลา” (Metro Manila) อยู่บนเกาะลูซอน (Luzon) มีประชากร

ประมาณ 12 ล้านคน เวลาเร็วกว่าประเทศไทย 1 ชั่วโมง



กรุงมะนิลา

เส้นทางคมนาคม

ทางเรือ มีเรือที่มีระวางตั้งแต่ 1,000 GRT ขึ้นไป จำนวน 403 ลำ การคมนาคมขนส่งทางนี้เป็นระบบที่สำคัญที่สุด เนื่องจากภูมิประเทศเป็นเกาะกว่า 7,000 เกาะ โดยใช้ขนส่งทั้งสินค้าและผู้โดยสาร แต่ใช้เวลานานมาก เช่น การเดินทางไป เมืองเซบู (เมืองสำคัญอันดับ 2) ใช้เวลา 24 ชั่วโมง ในขณะที่เดินทางโดยเครื่องบินใช้เวลา 1 ชั่วโมง เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เป็นหมู่เกาะทำให้การคมนาคมทางน้ำเป็นวิธีหนึ่งที่ค่อนข้างสะดวก โดยใช้ขนส่งทั้งสินค้าและผู้โดยสาร ได้แก่ South Harbour, Manila International Container Port (MICP), Cebu, Batangas, Davao, Subic, Cagayan de Oro, General Santos และ Zamboanga นอกจากนี้ยังมีเรือสำราญ ให้บริการเทียบท่า ณ อ่าวมะนิลา โดยเส้นทางหลักอยู่ระหว่าง มะนิลาและเซบู

ทางรถ มีถนน 200,037 กิโลเมตร แต่ลาดยางแล้วเพียง 19,804 กิโลเมตร การคมนาคมขนส่งทางนี้เป็นระบบที่สำคัญรองลงมา แต่ไม่สะดวกเท่าที่ควร เนื่องจากมีทางซูปเปอร์ไฮเวย์เพียง 2 สาย คือ North Luzon Express Way และ South Luzon Express Way ซึ่งค่าผ่านทางสูงมาก นอกจากนี้ ถนนที่แยกจากซูปเปอร์ไฮเวย์ซึ่งเรียกว่าถนนไฮเวย์เป็นถนน 2 เลน และมีชุมชนอยู่ข้างทางเกือบตลอดทาง ทำให้เสียเวลาในการเดินทางมากกว่าที่ควรเป็นอย่างมาก ฟิลิปปินส์มีถนนระยะทางกว่า 2 แสนกิโลเมตร แต่เป็นถนนลาดยางเพียงร้อยละ 10 หรือประมาณ 2 หมื่น

กิโลเมตรเท่านั้น ส่วนใหญ่อยู่บริเวณโดยรอบกรุงมะนิลา ทำให้การคมนาคมไม่สะดวกเท่าที่ควร การเดินทางระหว่างเมืองค่อนข้างลำบาก

“มะนิลาประสบปัญหาการจราจรคับคั่ง เพื่อลดปัญหานี้ รัฐบาลได้ออกกฎหมาย โดยใช้ตัวเลขหลักสุดท้ายของเลขทะเบียนรถเป็นตัวกำหนดวันและเวลาที่รถแต่ละคันสามารถนำมาใช้บนท้องถนนได้”

นอกจากนี้มะนิลา ยังประสบปัญหาการจราจรคับคั่ง เพื่อลดปัญหานี้รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้ออกกฎหมายการขับขี่ยานพาหนะ โดยใช้ตัวเลขหลักสุดท้ายของเลขทะเบียนรถเป็นตัวกำหนดวันและเวลาที่รถแต่ละคันสามารถนำมาใช้บนท้องถนนได้ ล่าสุดรัฐบาลฟิลิปปินส์ได้สร้างถนนสายหลักเชื่อมต่อระหว่าง 4 เมือง ในชายฝั่งตะวันตกของเกาะเซบู คือ Toledo - Pinamungalan - Aloguinsan - Mantalongon เงินลงทุนประมาณ 45 - 47 ล้านเปโซ โครงการนี้เริ่มก่อสร้างมาตั้งแต่วันที่ 4 ตุลาคม 2550 แล้วเสร็จในเดือนธันวาคม 2551 ซึ่งถนนสายนี้ได้ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ด้านชายฝั่งตะวันตกของเซบู (โดยอัตราแลกเปลี่ยนอยู่ที่ 43.29 เปโซต่อ 1 เหรียญสหรัฐฯ หรือเทียบเป็นเงินไทย จะสามารถแลกได้ 1.4362 เปโซต่อ 1 บาท)

ทางรถไฟ มีเส้นทางเพียง 897 กิโลเมตร เป็นเส้นทางรถไฟสายเดียวของกรุงมะนิลา ที่ให้บริการจากสถานี Tutuban ไปยังสถานี Tondo ทางใต้ของเกตส์ปีซิดีอยู่ระหว่างการสร้างอีก 492 กิโลเมตร

ทางเครื่องบิน มีสนามบินตามเกาะต่างๆ จำนวน 256 แห่ง (แต่สนามบินที่ทางวิงปูลาดเรียบร้อยแล้วมีเพียง 83 แห่ง) กระจายอยู่ตามเกาะต่างๆ สนามบินนานาชาติที่สำคัญ ได้แก่ Ninoy Aquino International Airport (NAIA), Clark,

Subic, Cebu, Davao, Zamboanga, General Santos, Laguindingan, Laoay และ New Illoil of Ozamis โดยมีเที่ยวบินระหว่างประเทศกว่า 500 เที่ยวบิน สนามบิน NAIA อยู่ห่างจากใจกลางกรุงมะนิลา 7 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีเที่ยวบินจากต่างประเทศบินตรงสู่สนามบินนานาชาติในเมือง สำคัญอื่นๆ อาทิ เซบู ดาเวา เลออัก และอ่าวซูบิกอีกด้วย ส่วนสนามบินภายในประเทศที่สำคัญ ได้แก่ Bacolod, Loakan, Lumbia, Awang, Sivulan, Legazpi, Roxas, Puerto Princesa, San Jose และ Tacloban

ภาวะเศรษฐกิจทั่วไป

ในปี 2556 GDP ของฟิลิปปินส์มีมูลค่า 250.3 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และรายได้ประชาชาติต่อหัวต่อปี (GDP per head) 4,096 เหรียญสหรัฐฯ อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของฟิลิปปินส์ (GDP Growth) ในปีที่ผ่านมาอยู่ที่ประมาณมากกว่าร้อยละ 7

สถานการณ์การจ้างงานในฟิลิปปินส์

การจ้างงานในฟิลิปปินส์ ตามสถิติล่าสุดอัตราการจ้างงานในฟิลิปปินส์ ณ เดือนตุลาคม 2556 อยู่ที่ร้อยละ 93.5 หรือคิดเป็นจำนวน 37.733 ล้านคน โดยประชากรวัยทำงานส่วนใหญ่ร้อยละ 53.4 ทำงานในภาคธุรกิจบริการเป็นอันดับแรก ตามมาด้วยอันดับ 2 งานในภาคเกษตรกรรมร้อยละ 31.4 และงานด้านอุตสาหกรรมโรงงานร้อยละ 15.2

อัตราคนว่างงาน ตามสถิติล่าสุดอัตราการจ้างงานในฟิลิปปินส์เดือนตุลาคม 2556 ยังคงเดิมที่อัตราร้อยละ 6.5 หรือจำนวนประมาณ 2.6 ล้านคน โดยไม่คิดรวมเขตจังหวัด Leyte ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับความเสียหายจากพายุไต้ฝุ่นโยลันดา

สถานการณ์การค้า (การนำเข้า - การส่งออก)

ในเดือนมกราคม - พฤศจิกายน 2556 ฟิลิปปินส์มีการส่งออกไปทั่วโลกเป็นมูลค่า 49,376.433 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยเฉพาะในเดือนพฤศจิกายน 2556 มีมูลค่าการส่งออกสินค้าที่ 4,291.65 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ตารางแสดงสินค้าสำคัญที่ฟิลิปปินส์ส่งออกไปทั่วโลก

ลำดับที่	สินค้า	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ		อัตราการขยายตัว (%)
		(ม.ค. - พ.ย. 55)	(ม.ค. - พ.ย. 56)	
1	ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์	21,214.333	19,887.564	-6.25
2	สินค้าโรงงาน	3,807.195	4,066.687	6.82
3	งานไม้และเฟอร์นิเจอร์	2,144.400	3,067.427	43.04
4	เครื่องจักรและเครื่องมือ/อุปกรณ์ด้านการขนส่ง	3,091.570	2,457.807	-20.50
5	ชุดสายไฟเครื่องยนต์	1,325.415	1,474.838	11.27

แหล่งที่มา National Statistics Office, Republic of the Philippines

ประเทศคู่ค้าสำคัญในการส่งออกสินค้าของฟิลิปปินส์ 10 อันดับแรกในช่วงเดือนมกราคม - พฤศจิกายน 2556 ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน ฮองกง สิงคโปร์ เยอรมนี เกาหลีใต้ ไทย ไต้หวัน และเนเธอร์แลนด์

ตารางแสดงตลาดส่งออกที่สำคัญของฟิลิปปินส์ (มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

อันดับที่	ประเทศ	มูลค่าส่งออก (ม.ค. - พ.ย. 55)	มูลค่าส่งออก (ม.ค. - พ.ย. 56)	อัตราการ ขยายตัว (%)
	ทั่วโลก	48,128.78	49,376.43	2.59
1	ญี่ปุ่น	9,165.22	10,364.02	13.08
2	สหรัฐอเมริกา	6,915.13	7,246.36	4.79
3	จีน	5,752.84	5,835.64	1.44
4	ฮ่องกง	4,395.33	4,012.66	-8.71
5	สิงคโปร์	4,526.47	3,660.38	-19.13
6	เยอรมนี	1,837.17	1,969.58	7.21
7	เกาหลีใต้	2,622.49	2,926.20	11.58
8	ไทย	2,258.34	1,780.16	-21.17
9	ไต้หวัน	1,784.09	1,644.67	-7.81
10	เนเธอร์แลนด์	1,443.64	1,534.37	6.28

ทั้งนี้ เฉพาะในเดือนพฤศจิกายน 2556 ญี่ปุ่นยังเป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับ 1 อย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกที่ 1.012 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.6 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศฟิลิปปินส์ รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา ที่ร้อยละ 13.7 หรือมูลค่า 589.33 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และอันดับ 3 คือ ประเทศจีน ที่มูลค่า 516.04 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

“ภาคบริการ มีสัดส่วนต่อ GDP ใหญ่ที่สุด

ร้อยละ 54.8 รองลงมา ได้แก่

ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 31.4

และภาคเกษตรกรรม (รวมประมงและป่าไม้)

ร้อยละ 13.7”

โครงสร้างทางเศรษฐกิจ

ภาคบริการ มีสัดส่วนต่อ GDP ใหญ่ที่สุดร้อยละ 54.8 รองลงมา ได้แก่ ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 31.4 และภาคเกษตรกรรม (รวมประมงและป่าไม้) ร้อยละ 13.7

ธุรกิจบริการที่สำคัญ ได้แก่ กิจการค้าปลีกและค้าส่ง บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การขนส่ง การท่องเที่ยว และโรงแรม อนึ่ง ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาธุรกิจบริการได้ขยายตัวขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจการธุรกิจรับจ้างบริหารระบบธุรกิจ (Business Process Outsourcing : BPO) อาทิ การให้บริการ Call Centre และ Digital Content

ภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า อาหารแปรรูป

ภาคเกษตรกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การประมง การเพาะปลูกมะพร้าว ข้าว ข้าวโพด ถั่วเหลือง สับปะรด และมะม่วง

“ประชากรก่อนประเทศมีความรู้ ภาษาอังกฤษ แต่จุดแข็งนี้เริ่มลดลง ในปัจจุบัน คนที่ไม่รู้ภาษาอังกฤษมีเพิ่มขึ้น และผู้ที่ใช้ก็ไม่ถูกต้องนัก”

วิเคราะห์ภาพรวมศักยภาพด้านการลงทุน

จุดแข็ง

- มีแรงงาน ที่มีความรู้ด้าน IT จำนวนมาก ทำให้ฟิลิปปินส์สามารถพัฒนา และส่งออกสินค้า IT ในระยะเวลาอันสั้น
- ประชากรก่อนประเทศมีความรู้ภาษาอังกฤษ แต่จุดแข็งนี้เริ่มลดลงในปัจจุบัน คนที่รู้ภาษาอังกฤษมีเพิ่มขึ้น และผู้ใช้ก็ไม่ถูกต้องนัก ทำให้มีการส่งคนออกไปทำงานต่างประเทศ และนำรายได้เข้าประเทศปีละกว่า 7,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ฐานะความเป็นอยู่ของคนในประเทศดีขึ้น มีกำลังซื้อมากขึ้น และเป็นสิ่งดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ หากมีการพัฒนาด้านอื่นๆ เช่น สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน อาจดึงดูดนักลงทุนไปจากไทยได้
- ทรัพยากรธรรมชาติที่ยังไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ เช่น ลัตว์น้ำ ทรัพยากรแร่ พื้นที่การเกษตรทางภาคใต้
- เป็นตลาดที่มีศักยภาพในด้านปริมาณ เนื่องจากมีประชากรจำนวนมาก

“สหภาพแรงงานแข็งแกร่งและมีบทบาทมาก ทำให้ค่าจ้างแรงงานสูง และมีการเรียกร้องค่าแรงเพิ่มเสมอ”

จุดอ่อน

- มีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบราชการอยู่เสมอ โดยกฎระเบียบค่อนข้างเข้มงวดและมีหลายขั้นตอน
- มีการนอกราชการบังหลวงสูงในทุกระดับ แม้แต่

การเสนอขายสินค้าให้กับบริษัทห้างร้านใหญ่ๆ ก็ต้องจ่ายเบี้ยบ้ายรายทาง

- สหภาพแรงงานแข็งแกร่งและมีบทบาทมาก ทำให้ค่าจ้างแรงงานสูง และมีการเรียกร้องค่าแรงเพิ่มเสมอ ผู้ประกอบการหลบเลี่ยงปัญหาโดยจ้างคนงานต่ำกว่า 6 เดือน เพื่อมิให้สามารถเข้าเป็นสมาชิกสหภาพแรงงานได้ ทำให้คนงานไม่มีความชำนาญ
- ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีการจับตัวเรียกค่าไถ่ แม้รัฐบาลกำลังปราบปรามโจรก่อการร้ายอยู่ แต่ยังไม่หมดสิ้นลง ทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างชาติไม่เข้ามาเที่ยวในประเทศ ทั้งๆ ที่มีธรรมชาติสวยงาม โดยเฉพาะทะเลทางตอนใต้ของประเทศซึ่งเป็นที่ยอดนิยมของผู้ก่อการร้าย
- สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีไม่เพียงพอ ไฟฟ้าดับบ่อย เส้นทางคมนาคมไม่สะดวก ไม่สามารถรองรับการขยายตัวด้านธุรกิจและอุตสาหกรรมได้เต็มที่
- ประชากรโดยทั่วไปมีลักษณะนิสัยค่อนข้างเฉื่อยชา ทำงานไม่ละเอียดรอบคอบ และไม่ซื่อสัตย์ ธรรมเนียมการให้/รับเงินทิป ทำให้ทุกคนหวังว่าจะต้องได้รับสิ่งตอบแทนทุกครั้งที่ทำอะไรสักอย่างแม้จะเป็นงานในหน้าที่

โอกาส

- ไทยสามารถแลกเปลี่ยนสินค้าสำเร็จรูปเพื่อนำมาใช้ในการผลิตสินค้าสำเร็จรูป เป็นการลดต้นทุนการผลิต เนื่องจากสินค้า IT มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเร็วมาก
- จากการที่มีประชากรมากทำให้เป็นตลาดที่ใหญ่คู่กับการเปิดตลาดในประเทศ

อุปสรรค

- มีการใช้อุปสรรคด้านการค้าที่มีใช้ภาษี (NTB) หลายประการ
- ใช้ทรัพยากรบุคคลในฟิลิปปินส์ที่มีความได้เปรียบด้านภาษาให้เป็นประโยชน์ด้านการค้าการลงทุนให้มากขึ้น
- สร้างเครือข่ายกระจายสินค้าไทยให้มีจำนวน

มากขึ้น

• ส่งเสริมให้มีการสร้างตราสินค้าไทย (Brand Royalty) ในตลาดโดยการเปิดสาขาหรือใช้ระบบ Franchise สินค้าไทยในฟิลิปปินส์

“สาขาการลงทุนที่รัฐบาลให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ การเกษตร ธุรกิจประมง สาธารณูปโภค การท่องเที่ยว การวิจัยและพัฒนา”

กิจการที่รัฐบาลฟิลิปปินส์สนับสนุน

สาขาการลงทุนที่รัฐบาลให้ความสำคัญสูงสุด 6 สาขา ได้แก่ การเกษตร ธุรกิจประมง สาธารณูปโภค การท่องเที่ยว การวิจัยและพัฒนา Engineered Products และ Strategic Activities

“หน่วยงานส่งเสริมการลงทุนของฟิลิปปินส์ มี 2 หน่วยงานหลัก ได้แก่ Board of Investments (BOI) และ Philippine Economic Zone Authority (PEZA)”

หน่วยงานส่งเสริมการลงทุน

หน่วยงานส่งเสริมการลงทุนของฟิลิปปินส์ มี 2 หน่วยงานหลัก ได้แก่

- Board of Investments (BOI) ในสังกัดกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry: DTI)
- Philippine Economic Zone Authority (PEZA) เป็นรัฐวิสาหกิจ (government - owned corporation) ซึ่งอยู่ในสังกัดกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม มีหน้าที่กำกับดูแลกิจการที่ตั้งอยู่ใน เขตส่งเสริมการลงทุน หรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งก่อตั้งขึ้นตามกฎหมาย Special Economic Zone Act of 1995

เขตส่งเสริมการลงทุน

เขตส่งเสริมการลงทุนของฟิลิปปินส์ แบ่งได้ 5 ประเภท คือ

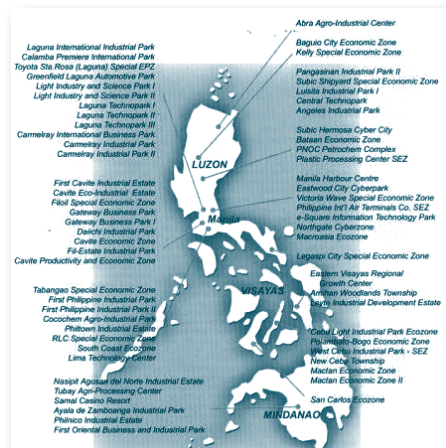
1. Industrial Estate (IEs) คือ นิคมอุตสาหกรรม ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับอุตสาหกรรม อาทิ ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น

2. Export Processing Zone (EPZs) เป็นนิคมอุตสาหกรรมพิเศษ ซึ่งบริษัทที่อยู่ในนิคมนี้ส่วนใหญ่ผลิตสินค้าเพื่อส่งออก จะได้สิทธิประโยชน์ด้านการยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักร วัตถุดิบ และชิ้นส่วน

3. Free Trade Zone (FTZs) เป็นเขตที่อยู่ใกล้ทางเข้าประเทศ เช่น ท่าเรือ และท่าอากาศยาน สินค้าที่นำเข้ามาในเขตนี้เพื่อรอการขนถ่าย เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ จัดเรียงใหม่ หรืออื่นๆ ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า ยกเว้นเมื่อนำออกนอกเขตนี้

4. Tourism Ecozones เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ที่ต้องการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม เช่น ศูนย์กีฬา แหล่งบันเทิง ที่พักอาศัย อาคารแสดงสินค้าและวัฒนธรรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าพาณิชยกรรม แล้วยื่นๆ เป็นต้น

5. IT Parks & IT Buildng เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษสำหรับโครงการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและบริการ ซึ่งประกอบด้วยอาคาร IT และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ลงทุนด้าน IT



ขั้นตอนการขออนุมัติและจัดตั้งบริษัท

ประเภทธุรกิจจดทะเบียนองค์การภายใต้กฎหมายฟิลิปปินส์

ประเภทธุรกิจจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ	วิธีการจดทะเบียน
1. กิจการที่เป็นเจ้าของคนเดียว		ขอจองชื่อกิจการและจดทะเบียนที่กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry - National Capital Region)
2. ห้างหุ้นส่วน (partnerships) - ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล (general partnership) - ห้างหุ้นส่วนจำกัด (limited partnership)	3,000 เปโซ	- จดทะเบียนกับ Securities and Exchange Commission (SEC) - ไม่ต้องจดทะเบียนกับกระทรวงการค้า
3. บริษัทจำกัด (Corporations) นิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้น 5 - 15 คน หากมีชาวต่างชาติถือหุ้นเกินร้อยละ 40 จะจัดเป็นบริษัทต่างชาติ หากชาวต่างชาติถือหุ้นน้อยกว่าร้อยละ 40 จัดเป็นบริษัทท้องถิ่น	5,000 เปโซ	- ต้องจดทะเบียนกับ Securities and Exchange Commission (SEC) - ไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนกับกระทรวงการค้า

ที่มา สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และเว็บไซต์ BOI ฟิลิปปินส์

(<http://www.boi.gov.ph/> (Doing Business > Establishment of Business))

(โดยอัตราแลกเปลี่ยนอยู่ที่ 43.29 เปโซต่อ 1 เหรียญสหรัฐฯ หรือเทียบเป็นเงินไทย จะสามารถแลกได้ 1.4362 เปโซต่อ 1 บาท)

ประเภทธุรกิจจดทะเบียนองค์การภายใต้กฎหมายต่างชาติ

ประเภทธุรกิจจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ	วิธีการจดทะเบียน
1. สำนักงานสาขา กิจการที่จดทะเบียนในต่างประเทศ และเข้ามาดำเนินธุรกิจ ในฟิลิปปินส์ ภายใต้การบริหารงานของสำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ	- โดยทั่วไป 200,000 เหรียญสหรัฐฯ 100,000 เหรียญสหรัฐฯ สำหรับกิจการที่มีการใช้เทคโนโลยีระดับสูง หรือจ้างแรงงานมากกว่า 50 คน - ไม่กำหนดทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ สำหรับกิจการที่ผลิตเพื่อส่งออก ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 หรือบริษัทการค้าที่ซื้อสินค้าในประเทศ และส่งออกไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60	ต้องจดทะเบียนกับ Securities and Exchange Commission (SEC)

ประเภทธุรกิจจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ	วิธีการจดทะเบียน
2. สำนักงานตัวแทน (Representative Office) กิจกรรมที่จดทะเบียนในต่างประเทศ และเข้ามาตั้งสำนักงานตัวแทนในฟิลิปปินส์ เพื่อทำหน้าที่บางอย่างแทนสำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ โดยมีได้มีรายได้ในฟิลิปปินส์	30,000 เหรียญสหรัฐ	ต้องจดทะเบียนกับ Securities and Exchange Commission (SEC)

ที่มา สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และเว็บไซต์ BOI ฟิลิปปินส์

(<http://www.boi.gov.ph/> (Doing Business > Establishment of Business))

ขั้นตอนการขออนุมัติลงทุน

1. นักลงทุนควรศึกษาประเภทธุรกิจที่สนใจจากเอกสารและเดินทางไปสำรวจดูทางการลงทุนในฟิลิปปินส์ด้วยตนเอง พร้อมทั้งขอคำแนะนำจากบริษัทที่ปรึกษา ก่อน และหากจะร่วมทุนกับท้องถิ่น ควรศึกษาผู้ร่วมทุนอย่างรอบคอบ

2. เมื่อตัดสินใจแล้ว ให้ยื่นข้อเสนอโครงการ (Proposal) พร้อมแบบฟอร์มขอรับส่งเสริมการลงทุน (BOI Form 501) และหลักฐานประกอบต่อ Board of Investments ของฟิลิปปินส์ ซึ่ง BOI จะพิจารณาอนุมัติภายใน 30 วัน

3. หากอนุมัติ BOI จะออกหลักฐาน Letter of Approval และ Pre-registration Requirements ให้นักลงทุนเพื่อเตรียมหลักฐานสำหรับการจดทะเบียน และส่งกลับ BOI ภายใน 30 วัน

4. เมื่ออนุมัติ BOI จะออกใบรับรอง (Certificate of Registration) ให้เป็นหลักฐาน จากนั้นนักลงทุนต้องไปแจ้งจดทะเบียนบริษัทตามหน่วยงานที่กำหนด อาทิ Department of Trade and Industry (DTI), Securities and Exchange Commission (SEC) หรือ Philippine Economic Zone Authority (PEZA) หรือหน่วยงานที่กำกับดูแลเขตเศรษฐกิจพิเศษที่กิจการนั้นตั้งอยู่

5. บริษัทต้องไปจดทะเบียนภาษีที่ Bureau of Internal Revenue รวมทั้งหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น Barangay และ Bureau of Fire Protection ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่นที่โรงงานตั้งอยู่ โดยใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์ นอกจากนี้ต้องขออนุญาต Department of Environment & Natural Resources กรณีตั้งโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งอาจใช้เวลาประมาณ 2 - 3 เดือน ต้องขออนุญาต Department of Labour & Employment กรณีต้องการนำเข้าบุคลากรต่างชาติ และ/หรือ ต้องขออนุญาต Department of Health กรณีเป็นกิจการผลิตหรือจำหน่ายอาหาร และกิจการที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านอาหาร เป็นต้น จึงจะเปิดดำเนินกิจการได้

อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ

อัตราค่าจ้างขั้นต่ำของฟิลิปปินส์แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ เช่น Metro Manila (ซึ่งมีอัตราค่าจ้างสูงสุด) ประมาณ 362 เปโซต่อวัน Cebu City 312 เปโซต่อวัน และ General Santos City 263 เปโซต่อวัน เป็นต้น ทั้งนี้ อัตราดังกล่าวรวมค่าสวัสดิการสังคมที่นายจ้างต้องจ่ายแล้ว (โดยอัตราแลกเปลี่ยนอยู่ที่ 43.29 เปโซต่อ 1 เหรียญสหรัฐ หรือเทียบเป็นเงินไทย จะสามารถแลกได้ 1.4362 เปโซต่อ 1 บาท)

**“ฟิลิปปินส์มีทรัพยากรที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์
เต็มที่ อาทิ ทองคำ ทองแดง โครเมียม
นิกเกิล รวมทั้งสัตว์น้ำ
และพืชผลทางการเกษตรต่างๆ”**

**โอกาสการลงทุนในฟิลิปปินส์ และข้อเสนอแนะ
สำหรับนักลงทุนไทย**

มองจากปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ที่มีอยู่ของฟิลิปปินส์ อาทิ

- มีทรัพยากรบุคคลจำนวนมาก ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และเป็นมิตรกับชาวต่างชาติ
- ค่าจ้างงานค่อนข้างต่ำ
- มีตลาดภายในประเทศขนาดใหญ่ มีประชากรมากถึง 93 ล้านคน
- มีทรัพยากรที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์เต็มที่ อาทิ ทองคำ ทองแดง โครเมียม นิกเกิล รวมทั้งสัตว์น้ำและพืชผลทางการเกษตรต่างๆ

อุตสาหกรรมไทยมีศักยภาพลงทุนในฟิลิปปินส์

- การแปรรูปสินค้าเกษตร ตัวอย่างบริษัทไทยที่ประสบความสำเร็จ เช่น บริษัท Alliance Tuna International Inc. และเครือเจริญโภคภัณฑ์
- อุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น เหมืองแร่ และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น วัสดุก่อสร้าง
- อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน รัฐบาลฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมชนิดนี้สูง และได้สร้างอุทยานวิทยาศาสตร์และโอทีโซเบอร์หลายแห่ง เขตที่นำลงทุนคือ กรุงมะนิลาและจังหวัดใกล้เคียง ลูซอนกลาง และตากาล็อกใต้
- การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและที่พักอาศัยราคาถูกลง
- กิจการโรงพยาบาล ฟิลิปปินส์มีบุคลากร

ด้านการแพทย์และพยาบาลจำนวนมาก เครือโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ของไทยได้เข้าไปลงทุนในฟิลิปปินส์ในนาม Asian Hospital ตั้งตั้งแต่ปี 2547

- อุตสาหกรรมกระดาษ และอุตสาหกรรมการผลิตกระเบื้อง ซึ่งมีโรงงานของบริษัทในเครือ SCG คือบริษัท UPPC (ผลิตกระดาษ) และบริษัท Mariwasa Siam Ceramics, Inc. (ผลิตกระเบื้อง) เข้ามาลงทุน

**ตัวอย่างกิจการของไทยที่มีการลงทุนใน
ประเทศฟิลิปปินส์**

- PTT Philippines, Inc.
- Bangkok Bank (Manila Branch)
- Mariwasa Siam Ceramics Inc.
- United Pulp and Paper Co., Inc.
- Cementhai SCT (Philippines) Inc.
- Dusit Thani Manila
- Charoen Pokphand Foods Philippines Corporation
- Ital - Thai Development Public Co., Ltd.


**“สินค้าไทยค่อนข้างเป็นที่ยอมรับ
ในตลาดฟิลิปปินส์ การผลิตเพื่อจำหน่าย
ในฟิลิปปินส์ควรมุ่งตลาดล่าง
เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ยังยากจน”**

ข้อแนะนำสำหรับการลงทุนในฟิลิปปินส์

- จากการตรวจสอบเศรษฐกิจในฟิลิปปินส์พบว่าสินค้าไทยค่อนข้างเป็นที่ยอมรับในตลาดฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตาม การผลิตเพื่อจำหน่ายในฟิลิปปินส์ควรมุ่งตลาดล่าง เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ยังยากจน ควรเน้นสินค้าคุณภาพดีแต่ราคาต่อหน่วยต่ำ ซึ่งอาจทำได้หลายวิธี เช่น การลดขนาดบรรจุต่อหน่วย เพื่อผู้บริโภคสามารถซื้อครั้งละเล็กน้อยได้ เป็นต้น

- การลงทุนในฟิลิปปินส์ควรอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ เนื่องจากฟิลิปปินส์ยังมีปัญหาความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานอยู่มาก นอกจากนี้ การลงทุนในเขตดังกล่าวยังได้สิทธิประโยชน์ที่ค่อนข้างสูง เช่น นอกจากจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 4 - 8 ปีแล้ว หลังจากนั้น ยังมีสิทธิเลือกเสียภาษีในอัตราพิเศษร้อยละ 5 ของรายได้รวมอีกด้วย
- การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในฟิลิปปินส์ ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางซึ่งค่อนข้างสูง เนื่องจาก

การเดินทางข้ามเมืองไม่สะดวกและอาจต้องใช้เวลาานรวมทั้งต้องระวังปัญหาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินด้วย

- ความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งเส้นทางคมนาคม ท่าเรือ สนามบิน และไฟฟ้า การขาดแคลนอุตสาหกรรมสนับสนุน ปัญหาการตกค้างของสิ่งปฏิกูล และมลภาวะทางอากาศ โดยเฉพาะในเขตเมืองหลวง รวมถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มักเกิดขึ้นรุนแรงบ่อยครั้ง และความวุ่นวายทางการเมือง เป็นปัจจัยที่พึงตระหนักสำหรับนักลงทุนไทย 





อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยกับการก้าวสู่ผู้นำแฟชั่นระดับอาเซียน

อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยกำลังเป็นที่จับตามองอย่างมาก ระหว่างที่ต้องมีการปรับตัวครั้งใหญ่เพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในปี 2558 โดยเฉพาะผู้ประกอบการกำลังตื่นตัวและเตรียมการที่จะเผชิญกับการแข่งขันในตลาดอย่างเข้มข้น ซึ่งทางสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยได้มีการเตรียมตัวและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรม การจัดเสวนา และสัมมนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แฟชั่นของไทยเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงการผลักดันสินค้าแฟชั่นของไทยออกสู่ตลาดโลก



“การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทางแฟชั่นจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่ออุตสาหกรรมแฟชั่นไทย”

แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทางแฟชั่น

การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทางแฟชั่น จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สมาคมฯ จัดขึ้นภายใต้ความร่วมมือของกลุ่มสหพันธ์แฟชั่นเอเชีย หรือ Asia Fashion

Federation (AFF) องค์การด้านแฟชั่น และไลฟ์สไตล์ ระหว่างประเทศ และเป็นงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมาก ต่ออุตสาหกรรมแฟชั่นไทยในการก้าวสู่อนาคตของการ เป็นผู้นำแฟชั่นระดับอาเซียนและภูมิภาคเอเชีย

โดยสมาคมฯ ได้รับเกียรติให้เป็นเจ้าภาพจัดงาน ภายใต้อัฒติชื่อ “11th AFF Bangkok Conference 2014” ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ให้จัดขึ้นภายในงาน Bangkok International Fashion Fair and Bangkok International Leather Fair 2014 เมื่อวันที่ 12 - 16 มีนาคม 2557 ณ ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพคอารีน่า เมืองทองธานี โดยมีกลุ่มประเทศสมาชิกทั้ง 6 ประเทศ เข้าร่วมงานคือ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม

การจัดงานครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าแฟชั่น และการทำตลาดสินค้า แฟชั่น ซึ่งจะเป็นการช่วยต่อยอดความรู้และประสบการณ์ ให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม อีกทั้งยังเป็นโอกาส ที่จะเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าแฟชั่นไปยังตลาดอาเซียน และเอเชียต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ในงานดังกล่าวยังมีกิจกรรมต่างๆ อาทิ การถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านแฟชั่นไลฟ์สไตล์ รูปแบบ ของการสัมมนา การแสดงแฟชั่นโชว์ การสร้างเครือข่าย ทางธุรกิจระหว่างสมาชิกของแต่ละประเทศ เพื่อเป็น การแสดงศักยภาพและบทบาทของประเทศไทยในการ เป็นศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาคเอเชีย โดยจะมีผู้เข้า ร่วมงานสัมมนาจากประเทศสมาชิกทั้ง 6 ประเทศ ซึ่ง เป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์กรชั้นนำทางด้านแฟชั่น สื่อมวลชน อาจารย์จากสถาบันการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญ ด้านแฟชั่น ดีไซน์เนอร์ผู้ที่อยู่ในแวดวงแฟชั่น ซึ่งจะได้รับ ประโยชน์มากหากได้เข้าร่วมงานในครั้งนี้

ความเห็นของประธานบริหารฯ 4 ประเทศ

ในงานดังกล่าวนี้ประธานบริหารฯ 4 ประเทศ

(จาก 6 ประเทศ) ของกลุ่มสหพันธ์แฟชั่นเอเชีย (AFF) ยังได้กล่าวถึงแนวโน้มของธุรกิจแฟชั่นในอนาคตอีก 3 - 4 ปีข้างหน้า ของแต่ละประเทศว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง อย่างไรบ้าง ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นและให้แนวคิด เกี่ยวกับการสร้างความร่วมมือในการส่งเสริมแฟชั่นของ ภูมิภาคเอเชีย เพื่อให้เป็นที่รู้จักและสร้างมูลค่าให้เพิ่ม มากยิ่งขึ้น

“ผู้ประกอบการแฟชั่นในภูมิภาคเอเชีย ไม่ได้เป็นผู้เล่นอันดับสอง รองจากยุโรปและสหรัฐฯ อีกต่อไป”



มร. คัตสึโกะ ชิราอิ ประธานสหพันธ์แฟชั่น เอเชียประเทศญี่ปุ่น (AFF Japan) และที่ปรึกษา อาวุโสสมาคมแฟชั่นญี่ปุ่น (Japan Fashion Association : JFA) กล่าวว่า ขณะนี้เรากำลังก้าวเข้าสู่ ยุคที่ผู้ประกอบการแฟชั่นในทุกประเทศทั่วภูมิภาคเอเชีย ไม่ได้เป็นผู้เล่นอันดับสองรองจากยุโรปและสหรัฐฯ อีกแล้ว เพราะว่าเราได้เริ่มต้นการพัฒนาออกแบบ ผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง และเพื่อรองรับการเติบโตของ

แบรนด์เอเชียใหม่ๆ เหล่านี้ การมีกิจกรรมส่งเสริมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาแฟชั่นของเอเชีย จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก

มร. คัตลีอีโกะ ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า การทำงานของกลุ่มสมาชิก AFF ก็เพื่อสนับสนุนแฟชั่นเอเชียด้วยเหตุนี้จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และเกี่ยวข้องกับแฟชั่นที่จะใช้ร่วมกันระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย โดยสิ่งที่สำคัญก็คือ การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างข้อได้เปรียบทั้งในแง่ของต้นทุนค่าใช้จ่ายและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อันดับแรกสำหรับการทำงานร่วมกันนั้น ควรจะช่วยกันผลักดันการใช้เว็บไซต์ของ AFF (www.asiafashionfederation.org) ที่มีอยู่ให้มากที่สุด ด้วยการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับดีไซน์เนอร์ แบรนด์สินค้า วัสดุดิบ รวมทั้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจแฟชั่นและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องระหว่างประเทศในกลุ่มสมาชิก

“แฟชั่นคือ ความรู้ และข้อมูลของอุตสาหกรรมเป็นมูลค่าทางธุรกิจที่สูง”



มร. แด ยูน วอน ประธานสหพันธ์แฟชั่นเอเชียประเทศเกาหลีใต้ (AFF Korea) และนายกสมาคมแฟชั่นเกาหลี (Korea Fashion Association : KFA)

กล่าวว่า แฟชั่นคือ ความรู้และข้อมูลของอุตสาหกรรมเป็นมูลค่าทางธุรกิจที่สูง สามารถพบได้ในประเทศที่พัฒนาแล้ว ท่ามกลางการเปิดตลาดเสรีในเศรษฐกิจโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมแฟชั่นในปัจจุบันจะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงมากมาย

ในอุตสาหกรรมแฟชั่นของเกาหลีนั้นมีการเปลี่ยนแปลงจากตลาดที่มุ่งเน้นการจัดหา (OEM : Original Equipment Manufacturer) ในยุค 60's มาเป็นตลาดแบบผู้บริโภคที่ถูกกระตุ้นด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจ รายได้สุทธิ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสนใจกับรูปแบบเสื้อผ้าที่ขึ้นอยู่กับอายุและเพศ ซึ่งมีผลต่อทุกอุตสาหกรรมในเกาหลีกว่าร้อยละ 8.6

ช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ถูกคาดหวังว่าจะเติบโตมากขึ้น เนื่องจากการพัฒนาตลาดแฟชั่นเคลื่อนที่ และการช้อปปิ้งจากบ้าน (Mobile Fashion Market and Home Shopping) ที่มียอดขายเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 30 - 40 ของยอดขายทั้งหมดในอุตสาหกรรมแฟชั่นในปีนี้ และการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องและหลังจากวัฒนธรรม Korean Pop ที่รู้จักในฐานะ Hallyu (หรือ The Korea Wave หมายถึงปรากฏการณ์ที่วัฒนธรรมเกาหลีกลายเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกอย่างรวดเร็วผ่านละคร ภาพยนตร์) ทำให้ประเทศเกาหลีเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม มร. แด ยูน วอน ยังได้กล่าวทิ้งท้ายว่า ผมขอแนะนำให้ทำการส่งเสริม “Hallyu Asia Tour” ผสมผสานไปกับนักแสดงดาวรุ่งของ Hallyu และแบรนด์สินค้า โดยมุ่งเน้นไปสู่ตลาดภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือและอาเซียน ซึ่ง Hallyu เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย และมีความแข็งแกร่ง ดังนั้นทำให้ง่ายต่อการเจาะเข้าสู่ตลาดแฟชั่นและวัฒนธรรม เราจำเป็นจะต้อง

ขยายขนาดของอุตสาหกรรมแฟชั่นด้วยการส่งเสริมการจัดกิจกรรมแฟชั่นร่วมกัน เช่น การจัดนิทรรศการ และการประชุมกับประเทศอื่นๆ รวมถึงการเพิ่มและขยายการสื่อสารกับดีไซเนอร์ใหม่ให้มากขึ้น ซึ่งผมคิดว่าเราจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมสำหรับเอเชีย และวัฒนธรรมแฟชั่นของเราที่จะเข้าสู่ตลาดโลก โดยถือกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกันในการเผยแพร่แฟชั่นและวัฒนธรรมของเอเชีย เพื่อก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำในตลาดโลก

“สิงคโปร์มุ่งปรับปรุง ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อแข่งขันกับแบรนด์ต่างประเทศ”



ทางด้าน **มร. เดวิท หวัง ประธานสหพันธ์แฟชั่นเอเชียประเทศสิงคโปร์ (AFF Singapore) และประธานกลุ่มดีไซเนอร์และค้าปลีกสหพันธ์สิ่งทอและแฟชั่น (Designers & Retailers Group, Textiles & Fashion Federation)** กล่าวว่า ความสำคัญของตลาดภายในประเทศสิงคโปร์สำหรับดีไซเนอร์นั้น ถือเป็นตลาดที่มีขนาดเล็กมาก โดยมีแบรนด์ต่างประเทศเข้ามาขยายการค้า จึงทำให้แบรนด์ของสิงคโปร์จำเป็นต้อง

ปรับปรุงในด้านของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อแข่งขันกับแบรนด์ต่างประเทศเหล่านั้นให้ได้

ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างมากในการสนับสนุนและผลักดันดีไซเนอร์ของสิงคโปร์เข้าสู่ตลาดต่างประเทศทาง TaFF (Textile & Fashion Federation) จึงได้มีการจัดโครงการ “8 Foreign Trade Missions” ขึ้นปีละครั้ง โดยครอบคลุมไปถึง ปารีส สหรัฐฯ กรุงโซล และกรุงโตเกียว รวมทั้งมีความจำเป็นต้องขยายไปในตลาดใหม่อื่นๆ อีกด้วย

มร. เดวิท ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า ในประเทศสิงคโปร์นั้นมีการแสดงผลงานของดีไซเนอร์น้อยมาก ซึ่ง TaFF กำลังดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการผลักดันเพื่อให้มีแหล่งช้อปปิ้งที่ชาวสิงคโปร์และนักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อแบรนด์ของสิงคโปร์ได้ในที่เดียวกัน และนั่นจะเป็นทั้งร้านค้าขายปลีก และโชว์รูม เพื่อช่วยส่งเสริมให้ชาวสิงคโปร์มีความตระหนักถึงแบรนด์แฟชั่นของเอเชีย

ในขณะเดียวกันกลุ่มประเทศสมาชิก AFF ควรมีการส่งเสริมและสร้างความเข้าใจอย่างต่อเนื่องกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เพราะทำไมแต่ละประเทศในกลุ่มสมาชิกของ AFF นั้น ต่างก็มีจุดแข็งและความแตกต่างที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้งยังครอบคลุมถึงโครงการแลกเปลี่ยนผ้าฝ้าย การตัดเย็บ และการจัดหาแหล่งผลิตตลอดจนการสนับสนุนงานแฟชั่นวีคในภูมิภาค เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและสร้างเครือข่ายมากขึ้น รวมถึงอีกหลายๆ วิธีที่ AFF จะสามารถยกระดับแฟชั่นสไตล์เอเชียได้

**“ธุรกิจสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์
ในภูมิภาคเอเชีย
ขยายตัวอย่างมาก
การรวมตัวกันของประเทศสมาชิก
จะสร้างโอกาสทางธุรกิจ”**



นายสุกิจ คงปิยาจารย์ ประธานสหพันธ์แฟชั่นเอเชียประเทศไทย (AFF Thailand) และนายกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (TGMA) กล่าวว่า ปัจจุบันธุรกิจสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ (Fashion Life Style Products) ในภูมิภาคเอเชีย มีการเติบโตและขยายตัวเป็นอย่างมาก ตลาดผู้บริโภคในอาเซียนและเอเชียเปิดรับสินค้าแฟชั่นและสินค้าแบรนด์เนม ทั้งจากกลุ่มประเทศตะวันตกและกลุ่มประเทศในเอเชียด้วยกันมากขึ้น

ดังนั้นการรวมตัวกันของ AFF จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อประเทศสมาชิกที่จะสร้างโอกาสในการทำธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำธุรกิจในเชิงลึก ร่วมกันให้มากกว่านี้ และหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจร่วมกันที่จะประสบความสำเร็จได้ ก็จะต้องมาจากความร่วมมือจากทุกๆ ประเทศ และทุกๆ คนที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงาน “11th AFF Bangkok Conference 2014” นี้ เป็นเวทีแสดงศักยภาพ สร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และการเจรจาพบพันธมิตรใหม่ๆ ทั้งในประเทศอาเซียน ภูมิภาคเอเชีย และทั่วโลก อีกทั้งยังเป็นการสร้างเสริมมูลค่าการค้า สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน ดังนั้นเราควรดำเนินการส่งเสริมกิจกรรมที่จะทำให้ประเทศสมาชิก เกิดการทำธุรกิจร่วมกันให้มากขึ้น

**“การออกแบบของดีไซเนอร์เอเชีย
มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
ผสมผสานเทคโนโลยีที่ทันสมัย
กับศิลปวัฒนธรรมประจำชาติ
กันอย่างกลมกลืน”**

แฟชั่นโชว์จาก AFF Designers 6 ประเทศ

ภายในงานยังมีการแสดงแฟชั่นโชว์ โดยมีแบรนด์ดังจาก AFF Designers ทั้ง 6 ประเทศคือ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ จีน เกาหลีใต้ ไทย และเวียดนาม ซึ่งทั้ง 6 ประเทศมีจุดประสงค์เดียวกันคือ เพื่อการเรียนรู้แลกเปลี่ยน และเผยแพร่วัฒนธรรมด้านแฟชั่นของเอเชีย ทั้งนี้ภาครัฐและเอกชนในเครือ AFF ได้ร่วมมือกันผลักดันอย่างหนักและต่อเนื่องในการพัฒนาแฟชั่นของเอเชีย โดยมีอุดมการณ์อันแน่วแน่ในการพัฒนาแฟชั่นของเอเชียอย่างยั่งยืน รวมทั้งเป็นการผลักดันสินค้าแฟชั่นของเอเชียเพื่อการส่งออกสู่สายตาชาวโลก ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้ากับตัวผลิตภัณฑ์แบรนด์เอเชีย เพื่อต่อยอดสินค้าแฟชั่นดังกล่าวให้สามารถแข่งขันกับอุตสาหกรรมแฟชั่นโลกได้

ปัจจุบันดีไซเนอร์ของเอเชีย กำลังเป็นที่น่าจับตามองของโลก และโด่งดังเป็นอย่างมาก ก็เนื่องมาจากการออกแบบหรือดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยผสมผสานเทคโนโลยีที่ทันสมัยกับศิลปวัฒนธรรมประจำชาติกันอย่างกลมกลืน



สถิติการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม

สำหรับภาพรวมการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม เดือนมกราคม - ธันวาคม 2556 นั้น มูลค่าโดยรวมเท่ากับ 2,873.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นประมาณ 9 หมื่นล้านบาท

ตลาดส่งออกหลักของเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไทย ปี 2555 – 2556

กลุ่มประเทศ / ประเทศ	พันล้านเหรียญสหรัฐฯ		อัตราขยายตัว / (หดตัว)	สัดส่วนการส่งออก	
	2555	2556		2555	2556
1. สหรัฐอเมริกา	1,016.9	1,017.5	0.06	34.5	35.4
2. สหภาพยุโรป (28)	774.7	687.0	(11.32)	26.3	23.9
3. ญี่ปุ่น	368.4	390.7	6.04	12.5	13.6
4. อาเซียน (9)	161.0	157.6	(2.09)	5.5	5.5
5. จีน และฮ่องกง	100.4	106.8	6.38	3.4	3.7
รวม 5 ตลาดหลัก	2,421.4	2,359.6	(2.55)	82.1	82.1
ตลาดอื่นๆ	528.2	513.9	(2.71)	17.9	17.9
รวมทุกประเทศ	2,949.6	2,873.5	(2.58)	100.0	100.0

ที่มา กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

การส่งออกตามโครงสร้างสินค้าสำคัญของไทยปี 2555 – 2556

กลุ่มสินค้าส่งออก	พันล้านเหรียญสหรัฐฯ		อัตราขยายตัว / (หดตัว)	สัดส่วนการส่งออก	
	2555	2556		2555	2556
มูลค่ารวมของการส่งออก	2,949.7	2,873.5	(2.58)	100.0	100.0
เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากผ้าใยประดิษฐ์	924.0	850.8	(7.92)	31.3	29.6
เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากใยประดิษฐ์	847.1	846.2	(0.10)	28.7	29.4
เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากวัสดุทออื่นๆ	540.6	543.8	0.59	18.3	18.9
เครื่องยกทรง รัดทรง และส่วนประกอบ	295.4	261.6	(11.46)	10.0	9.1
เสื้อผ้าเด็กอ่อน	173.5	199.1	14.76	5.9	6.9
ถุงเท้า และถุงน่อง	101.3	107.7	6.29	3.4	3.7
อื่นๆ	67.8	64.3	(5.06)	2.3	2.2

ที่มา กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ทำความรู้จักกับ AFF Designers 6 ประเทศ



Japan

1. AFF Japan Designer :

Takuya Morikawa

Brand : TaaKK

(www.taakk.jp)

หลังจากสำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัย Bunka Fashion ได้ร่วมงานกับบริษัท ISSEY MIYAKE ในตำแหน่งวางแผนและออกแบบปารีสคอลเลกชั่นภายใต้แบรนด์ของ ISSEY MIYAKE และ ISSEY MIYAKEMEN ต่อมาได้ก่อตั้งบริษัทของตัวเองชื่อ “Morikawa Design Office” พร้อมทั้งได้เปิดตัวคอลเลกชั่นภายใต้แบรนด์ “TaaKK” หลังจากเปิดตัวได้ไม่นานแบรนด์ดังกล่าวประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จึงได้รับการเสนอชื่อเป็นนักออกแบบมืออาชีพของ “TOKYO New Designer Fashion Grand Prix”



Singapore

2. AFF Singapore Designer :

Sabrina Goh

Brand : ELOHIM By Sabrina Goh

(www.sabrinagoh.com)

เมื่อซาบรีน่าสำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัย La Salle SIA ด้านศิลปศาสตร์ ก็ได้ก้าวเข้าสู่โลกแฟชั่น โดยเริ่มจากการเป็นสไตลิสต์ที่ Mediacorp ในสิงคโปร์ และได้ทำงานให้กับหลายๆ แบรนด์ ก่อนที่จะตัดสินใจเริ่มทำแบรนด์ของตัวเองเมื่อปี 2552 โดยแบรนด์นั้นได้ตั้งชื่อตามชื่อของตัวเองคือ ELOHIM By Sabrina Goh และในปี 2554 ซาบรีน่าได้มีโอกาสเปิดตัวคอลเลกชั่น Men's Collection เป็นครั้งแรกในงาน Asia Men's Fashion Week 2011

นอกจากนี้ยังได้เข้าร่วมแสดงคอลเลกชั่นในงาน



Design Singapore Showcase ปี 2555 และล่าสุดในงาน Blueprint Trade Show 2013 ที่ผ่านมาก็ด้วย



China

3. AFF China Designer :

Zhao Huizhou

Brand : HUI

(www.eachway.cc)

Zhao เป็นผู้ก่อตั้งและเป็นหัวหน้าดีไซน์เนอร์ของกลุ่มแฟชั่น EACHWAY (EACHWAY Fashion Group) และยังติดอันดับ Top 10 ดีไซน์เนอร์ของจีนอีกด้วย ที่ผ่านมามีการจัดแฟชั่นโชว์มาแล้วกว่า 40 โชว์ รวมทั้งยังเป็นหนึ่งในตัวแทนนักออกแบบแฟชั่นของจีนที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมงานแฟชั่นวีคมากกว่า 10 แฟชั่นโชว์อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นในประเทศฝรั่งเศส โปแลนด์ รัสเซีย อิตาลี เกาหลีใต้ และฮ่องกง

โดย Zhou ยังเป็นเจ้าของแบรนด์ HUI ซึ่งเป็นแบรนด์ระดับไฮเอนด์ที่ก่อตั้งขึ้นภายใต้กลุ่มแฟชั่น EACHWAY สำหรับแรงบันดาลใจของแบรนด์ HUI



นั้นมาจากการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์แฟชั่นของอิตาลี โดยทุกคอลเลกชันจะสื่อให้เห็นถึงสัมผัสที่หรูหราและอธิบายถึงการดำเนินชีวิตของสังคมชั้นสูงทางภาคตะวันตกที่คลาสสิกและร่วมสมัย ดังนั้นกลุ่มลูกค้าของ HUI จึงอยู่ในระดับไฮเอนด์และตลาดต่างประเทศ แบรนด์ HUI ยังแบ่งออกเป็น 3 คอลเลกชันคือ Day wear, Night wear และ Holiday wear



Korea

4. AFF Korea Designer :

Hey Jin Hong

Brand : Studio K

(www.thestudiok.com)

หนึ่งในความนิยมมากที่สุดเกาหลีตอนนี้คือแฟชั่นร่วมสมัยและคอลเลกชันของ Studio K ซึ่งจะเน้นการออกแบบที่มีเอกลักษณ์คลาสสิก เรียบง่าย และเรียบร้อย ด้วยความที่แบรนด์ Studio K นั้น ได้รับความนิยมแบบสุดๆ จึงทำให้ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงเป็น 1 ใน 10 นักออกแบบของกรุงโซล "Seoul's 10 Soul" ที่จัดขึ้นโดยรัฐบาลกรุงโซลถึง 3 ปีซ้อน (ตั้งแต่ปี 2553 - 2556) รวมทั้งยังมีส่วนร่วมในการจัดโซลแฟชั่นวีคตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา

นอกจากนั้นเธอยังเป็นที่รู้จักอย่างมากในหมู่คนดังในเกาหลี โดยที่เธอได้ออกแบบเสื้อผ้าให้ศิลปินเกาหลี



อย่างมากมาย อาทิ Girls Generation, CNBLUE
แบรนด์ Studio K นั้น เป็นหนึ่งในแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ด้วยความที่เป็นแบรนด์คุณภาพระดับพรีเมียม ทำให้มีร้านในเกาหลีหลายสาขา รวมทั้งในห้างสรรพสินค้า Shinsegae, Galleria และ 10 Corso Como ที่กรุงโซล รวมทั้งยังมีแผนที่จะขยายร้าน และเครือข่ายการจัดจำหน่ายทั่วโลกอีกด้วย



Vietnam

5. AFF Vietnam Designer :

Nguyen Quoc Binh

Brand : QB Quoc Binh

(facebook.com/quocbinh.nguyen.5)

แบรนด์ QB Quoc Binh นับเป็นหนึ่งในแบรนด์รุ่นแรกๆ ของเวียดนาม กับการออกแบบคอลเลกชัน Grand Prix ที่เริ่มตั้งแต่ปี 2543 และยังเป็นดีไซเนอร์ในเวียดนามที่เป็นผู้บุกเบิกในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาผสมผสานกับประเพณีศิลปวัฒนธรรมของเวียดนามได้อย่างลงตัว

โดยเริ่มเข้าวงการดีไซเนอร์จากการเข้าร่วมงานเวียดนามแฟชั่นวีคอย่างต่อเนื่อง และยังเป็นหนึ่งในดีไซเนอร์ที่มีส่วนร่วมในการออกแบบชุดประจำชาติเพื่องานเฉลิมฉลอง 990 ปีของ Thang Long - Hanoi รวมทั้งได้โชว์ผลงานความสามารถอีกเป็นจำนวนมาก อาทิ คอลเลกชัน ao - daicalibre ที่นำเสนอผลงาน



การออกแบบในหลายๆ งาน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับทั่วโลก

ด้วยการออกแบบคอลเลกชันที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้ได้นำเสนอผลงานและจัดแสดงในงาน Vietnam Cultural Exchange Week ที่อิตาลี และจัดแสดงคอลเลกชัน ao - dai ที่ญี่ปุ่น ล่าสุดกับการแสดงผลงานคอลเลกชันในงาน Asia Fashion Show ที่การ์ต้า และอื่นๆ อีกมากมาย รวมทั้งยังเป็นกรรมการตัดสินในงาน Vietnam Collection Grand Prix อีกด้วย



Thailand

6. AFF Thailand Designer :

Sirion Teankaprasith

Brand : Painkiller

(www.painkillerbkk.com)

สำหรับตัวแทนดีไซเนอร์ AFF Thailand ปี 2557 คือ แบรนด์ Painkiller ดีไซเนอร์คือ คุณสิริอร เตียรชประสิทธิ์ ย้อนกลับไปเมื่อปี 2548 ในช่วงปีสุดท้ายของเธอที่โรงเรียนแฟชั่นที่เก่าแก่อย่าง ESMOD FRANCE Paris ประเทศฝรั่งเศส กับการออกแบบคอลเลกชัน Painkiller ครั้งแรกของเธอ และได้คว้ารางวัล 1 ใน 10 นักออกแบบที่ดีที่สุดของงานประกวด ESMOD young designers ซึ่งจัดโดย ESMOD ESMOD international ที่ Casabo section of Pret - a - Porter Fair ในปารีส และอีก 7 ปีต่อมา



แบรนด์ Painkiller ได้กลายเป็นหนึ่งของแบรนด์เสื้อผ้าบุรุษที่มีอิทธิพล และได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย

จุดเด่นของแบรนด์ดังกล่าว อยู่ที่การออกแบบคอลเลกชันเสื้อผ้าบุรุษจากมุมมองของผู้หญิงว่า เสื้อผ้าผู้ชายควรมีลักษณะอย่างไร และสามารถออกแบบเสื้อผ้าผู้ชายที่ไม่ได้เป็นผู้ชายมากเกินไป โดยผสมผสานความทันสมัยที่มีความคลาสสิก และมีกลิ่นอายวินเทจร่วมด้วย จึงทำให้แบรนด์ดังกล่าวเป็นหนึ่งในแบรนด์ที่มีคุณภาพและทันสมัยที่สุดตอนนี้

อภิมถกเทรนด์แฟชั่นผู้หญิงและผู้ชาย

ในยุคสมัยนี้ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายถ้าเป็นเรื่องของแฟชั่นนั้นไม่มีใครยอมใครจริงๆ ดังนั้นจึงขอนำเทรนด์แฟชั่นทั้งผู้หญิงและผู้ชายมาอัพเดท พร้อมเคล็ดลับในการแต่งตัวให้อินเทรนด์อีกด้วย โดยเทรนด์ที่นำเสนอนี้สามารถสวมใส่ได้จริงและดูดีในชีวิตประจำวัน

สำหรับในฤดูกาล Spring Summer 2014 นี้เทรนด์แฟชั่นของคุณผู้หญิงจากเวทีแฟชั่นล่าสุด (Runway) จากทั่วโลกมาอัพเดทโดยดีไซเนอร์จากทั่วโลกดูเหมือนว่าจะหันไปหาความเป็น Minimal มากขึ้น ทำให้รูปแบบการแต่งตัวออกมาในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการและสามารถสวมใส่ได้ง่ายขึ้น รวมทั้งไม่ใช่รูปแบบของเสื้อผ้าเพียงอย่างเดียวแต่ยังรวมไปถึงวัสดุและโทนสีอีกด้วย

“แฟชั่นที่เคยฮิตจะกลับมาเป็นที่นิยมใหม่ในทุกๆปี ซึ่งเป็นวงจรของแฟชั่น”

แฟชั่นย้อนยุค 90's

แฟชั่นคือ การนำอดีตมาเล่าใหม่ในมุมมองของอนาคต โดยคนที่อยู่ในวงการเทรนด์ต่างรู้ว่าแฟชั่นที่เคยฮิตจะกลับมาเป็นที่นิยมใหม่ในทุกๆปีซึ่งเป็นมาตรฐานของวงจรแฟชั่นโดยใน Runway SS14 นั้น

ถือเป็นการกลับมาอย่างเต็มตัวของ 90's สามารถพบเห็นได้ในทุกรั้วเวทีทั่วทุกหัวเมืองแฟชั่นระดับโลกไม่ว่าจะเป็น

1. ProenzaSchouler ได้เลือกเอาโครงร่างแบบ Minimal Shape ของในช่วงยุค 90's และเลือกโทนสีขาวมาเป็น Fashion Color ทำให้ฤดูกาลนี้ของ ProenzaSchouler ดูเรียบและเท่มากกว่าที่ผ่านมา

2. Alexander Wang การกลับมาของเสื้อเอวลอยหรือที่เรียกกันว่า Crop Top ที่ฮิตมากในยุค 90's และกางเกงทรงหลวมหรือเรียกว่า Slouchy trousers ในสัดส่วนใหม่ที่ทันสมัยและเหมาะที่จะสวมใส่ในยุคสมัยนี้

3. Rag & Bone สองดีไซเนอร์ David Neville and Marcus Wainwright เลือกใช้โทนสีสว่างตัดกับสีดำและ Styling จับคู่กับรองเท้า Chunky Platform หรือที่คนไทยเรียกว่า ส้นเตารีดมาเป็นลูกเล่นใน Collection นี้ โดยได้รับอิทธิพลหลักมาจากยุค 90's แบบเต็มๆ

4. BCBG Max Azria เนรมิตผู้หญิงให้ดูสวยแบบธรรมชาติด้วยลุคที่ดูเรียบแต่เก๋ด้วยโทนสีอ่อนและสว่างตา เลือกใช้ผ้า Sheer เพื่อเพิ่มความชุกชุนน่าค้นหาให้กับลุคเรียบๆ ซึ่งได้กลายเป็นลูกเล่นหลักสำหรับคอลเลกชันนี้



1



2



3



4

ย้อนยุค 90's



1



2



3

Sporty Chic

“แฟชั่นเสื้อผ้าแนว Sporty ถูกหยิบยก มาเล่าใหม่ในแบบที่สามารถ สวมใส่ในชีวิตประจำวันได้จริง”

Sporty Chic ใส่ได้จริงในชีวิตประจำวัน

อย่างไรก็ตาม การออกกำลังกายและการเอาใจใส่ ดูแลสุขภาพดูเหมือนว่าจะเป็นเทรนด์หลักของยุคนี้ จึง ไม่แปลกใจที่หลายๆ คนหันไปใส่ใจสุขภาพและเล่นกีฬา กันมากขึ้น ทำให้แฟชั่นเสื้อผ้าแนว Sporty ถูกหยิบยก มาเล่าใหม่ในแบบที่สามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้จริง อาทิ

1. **DKNY** ยังใช้สีดำเป็นหลัก โดยเลือกใช้ผ้าที่มี น้ำหนักต่างกันมาจับคู่กันให้เกิดเป็นมิติและน่าสนใจ เช่น การจับคู่ผ้า Chiffon กับ Cotton เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเสริมความเป็น Sporty ด้วยการเลือกใช้ซิป (Zip) เป็นดีเทลหลักในคอลเลกชันนี้อีกด้วย

2. **Tommy Hilfiger** ได้รับแรงบันดาลใจมาจากชายหาดทางตอนใต้ของ LA ใน Collection นี้

เราจึงเห็นโครงร่างเงาและดีเทลจากชุดกีฬาประเภท Surf และ Skate ในรูปแบบใหม่ที่เท่และล้ำสมัยกว่าเดิม

3. **Lacoste** แบรินด์เสื้อผ้ากีฬาระดับโลก อย่าง Lacoste เลือกกีฬาเทนนิสมาเป็นตัวเอกใน ฤดูกาลนี้ โดยการใช้โครงร่างแบบหลวมๆ ให้ความสบาย ตัวและตัวเด่นของคอลเลกชันนี้คือ Jacket Oversized ที่สวมใส่แล้วส่งเสริมให้ลุคดูดีอย่างมีสไตล์หรูในแบบ Sporty ได้อย่างลงตัว

“Fringe ในฤดูกาลนี้จะคอยเสริมความเท่ ที่ซ่อนความหวานไว้ในแบบฉบับ ของผู้หญิงยุคใหม่”

ทันสมัยและเท่ก้ Fringe

การตีความหมายของความทันสมัยและเท่ใน ฤดูกาลนี้นั้นต้องยกให้ Fringe เป็นตัวเอกในการ ดำเนินเรื่อง Fringe ในฤดูกาลก่อนๆ อาจเป็นเพียง



Fringe

ดีเทลรองในการเสริมลูกหวานๆ แต่ไม่ใช่อีกต่อไปเพราะ Fringe ในฤดูกาลนี้กลายเป็นดีเทลหลักที่จะคอยเสริมความเท่ที่ซ่อนความหวานไว้ในแบบฉบับของผู้หญิงยุคใหม่ดังนี้

1. **Rodarte** ใช้ Fringe ซึ่งเป็นดีเทลหลักของ Western (Cowboy) และ Rock Star ในฤดูกาลนี้ จึงเต็มไปด้วยความเท่ในโครงร่างเงาทรงหลวมและแฝงความน่าค้นหาด้วยการใช้สีดำเป็นสีหลักให้กับคอลเลกชันนี้

2. **Anna Sui's** พิสูจน์ให้เห็นว่าการใช้ Fringe นั้นไม่จำเป็นต้องดูเท่และดูด้นเสมอไป แต่ Fringe นั้นทำให้ดูโรแมนติกและนุ่มนวลได้ โดยแรงบันดาลใจหลักของคอลเลกชันนี้มาจากรูปแบบของศิลปะอังกฤษที่เรียกว่า Pre - Raphaelite ซึ่งทำให้สีในฤดูกาลนี้มีแต่โทนสีอ่อนหวาน

3. **Calvin Klein** สร้างลุคสุดประทับใจด้วยชุดที่เป็น Fringe ทั้งตัวซึ่งให้ความเป็น Maximalist vide ในความเป็น Minimal Aesthetic ได้อย่างลงตัว

4. **Marc Jacobs** ทำให้เห็นมุมมองที่แตกต่างออกไปในความแปลกแต่ลงตัวโดย Marc Jacobs เลือกใช้ Fringe กับลายพิมพ์ผ้าแบบ Hawaii และจับคู่กับกางเกงขาสั้นสามส่วน (Bermuda) แน่หนอนว่าความ Unique ที่ไม่เหมือนใครนี้เป็นเทรนด์ใหม่ที่กำลังมาอย่างแน่นอน

**“พระเอกสำหรับลายพิมพ์
คงปฏิเสธไม่ได้ว่าลายพิมพ์นั้น
ถือเป็นจุดเด่นของแฟชั่นอิตาลี”**

ลายพิมพ์จุดเด่นแฟชั่นอิตาลี

สีล้วนและลายพิมพ์เป็นเอกลักษณ์สำคัญของฤดูกาลนี้ทั่วโลก แต่ถ้าพูดถึงพระเอกสำหรับลายพิมพ์ก็คงปฏิเสธไม่ได้ว่าลายพิมพ์นั้นถือเป็นจุดเด่นของแฟชั่นอิตาลีสำหรับฤดูกาลนี้ ขอแนะนำสามคอลเลกชันที่ลายพิมพ์โดดเด่นที่สุดส่งตรงมาจากมิลาน

1. **Dolce and Gabbana** ทุกๆ คอลเลกชันของ Dolce สะท้อนให้เห็นถึงพื้นเพความเป็นอิตาลีอย่างแท้จริงเสมอในคอลเลกชันนี้ได้รับแรงบันดาลใจมาจากโรมัน เห็นได้ชัดจากลายพิมพ์รูปเสาโรมัน เหยี่ยวรูปหน้าคน ที่นำมาทำเป็นเข็มขัดและลายพิมพ์บนผ้า ซึ่งการวางลายพิมพ์ในรูปแบบใหม่ที่นำเสนอนี้ถือเป็นจุดเด่นหลักของคอลเลกชันเลยทีเดียว

2. **Prada** Miuccia Prada เลือกใช้หน้าผู้หญิงที่เป็นภาพวาดลายเส้นดินสอมาทำเป็นลายพิมพ์หลักประจำคอลเลกชัน SS14 ผสมผสานกับลายปักเลื่อมหลากหลายสีล้วนได้อย่างลงตัว

3. **Roberto Cavalli** คอลเลกชันนี้เน้น

รายละเอียดไปที่การเล่นพื้นผิวของผ้าและวัสดุที่ใช้ ไม่ว่าจะ
จะเป็นหนังจระเข้ ผ้าซีฟองพิมพ์ลายงู ส่วนสีเน้นไปที่สีขาว
ดำ เขียว แดงอ่อนมากกว่าที่จะเป็นสีฉูดฉาด ซึ่งถือว่าเป็น
เอกลักษณ์โดยเฉพาะของ Roberto Cavall



ลายพิมพ์

“แฟชั่นผู้ชายปีนี้คือ

รูปแบบการแต่งตัวที่เนียบ เรียบ และเท”

สำหรับเทรนด์แฟชั่นผู้ชายในช่วงฤดูใบไม้ผลิและ
ฤดูร้อนปี 2557 - 2558 โดยรวมแล้วไม่แตกต่างจากปี
ที่ผ่านมามากนัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสไตล์การแต่งตัวของ
แต่ละคนด้วย และโดยภาพรวมของสไตล์ปีนี้ที่เห็นได้
ชัดคือ รูปแบบการแต่งตัวที่เนียบ เรียบ และเท

**“ลายพรางหรือลายทหาร สื่อถึงความ
เป็นผู้ชายและความเทของผู้สวมใส่”**



ลายพรางหรือลายทหารมาแรง

โดยเสื้อผ้า เครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้า ที่มี
ลายพรางหรือลายทหาร เป็นแพทเทิร์นนั้น ถือว่าเป็น
เทรนด์ที่กำลังมาแรงที่สุดในช่วงนี้ของปี หากใครมีคว
รียบหีบมาสวมใส่ หรือใครไม่มีต้องรีบไปหาซื้อโดยด่วน
เพราะลวดลายเหล่านี้ สื่อถึงความเป็นผู้ชายและความเท
ของผู้สวมใส่ได้อย่างชัดเจน หากต้องการเพิ่มความเท
ให้กับตัวเองเพิ่มขึ้น แนะนำให้เลือกสวมแจ็คเก็ตทหาร
ขนาดใหญ่กว่าตัวประมาณ 1 ขนาด กับกางเกงยีนส์
หรือกางเกงผ้าชีนัว เพียงเท่านี้ก็ดูเทและอินเทรนด์แล้ว

ถ้าไม่มั่นใจ หรือกังวลว่าจะดูเหมือนทหารมาก
เกินไป ลองหาเครื่องประดับชิ้นเล็กๆ เช่น เนคไทหรือ
ถุงเท้า ซ่อนอยู่ในชุดเสื้อผ้าปกติก็เข้ากันได้ดี ด้วยความ
พิเศษของแพทเทิร์นนี้คือ เข้าได้ง่ายเกือบทุกสี และทุก
สไตล์การแต่งตัว

**“เทรนด์เครื่องประดับที่กำลังเป็นที่นิยมคือ
สิ่งของที่มีเรื่องราวหรือมีความหมายแฝง
มีร่องรอยหรือลวดลายที่เหมือน
ผ่านการใช้งานมาอย่างหนัก”**



เครื่องประดับที่มีความหมายแฝง

ส่วนเครื่องประดับ คงจะหนีไม่พ้นเครื่องประดับ
ที่มีร่องรอยของการผ่านการใช้งานมาอย่างหนักแม้จะ
เป็นของใหม่ก็ตาม เพราะเทรนด์ที่กำลังเป็นที่นิยมคือ
สิ่งของที่มีเรื่องราวหรือมีความหมายแฝง โดยร่องรอย



หรือลวดลายที่เหมือนผ่านการใช้งานมาอย่างหนักนั้น เปรียบเสมือนสัญลักษณ์หนึ่งคือ เรื่องราว ซึ่งจะเป็นสิ่ง ที่เสริมความเป็นตัวตนของคุณผู้ชายให้น่าสนใจ และน่า ค้นหามากขึ้น ดังนั้นแพทเทิร์นหรือรายละเอียด เช่น รอยต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็น ขาด ข่วน ปะ ยิ่งเก่าเท่าไรก็ ยิ่งดี

“สีกรมท่า เป็นสีที่อยู่ในเทรนด์ของแฟชั่น เมืองไทยมาหลายยุคหลายสมัย”

สีกรมท่าอีกหนึ่งสีของผู้ชายตลอดกาล

นอกจากนั้น Navy หรือสีกรมท่าคือ อีกหนึ่งสี ของผู้ชายตลอดกาล หลังจากที่สีดำสุดคลาสสิกได้ครองใจ ของคุณผู้ชายมาเป็นเวลานาน ก็ถึงเวลาที่สีกรมท่าจะ กลับมาทวงคืนความเป็นที่นิยมอีกครั้ง เนื่องจากสีกรมท่า เป็นสีที่อยู่ในเทรนด์ของแฟชั่นเมืองไทยมาหลายยุค

หลายสมัย หากมองย้อนกลับไปดูสมัยที่คุณพ่อของเรา ยังหนุ่ม จะเห็นว่าสีกรมท่าเป็นที่นิยมกันมากในขณะนั้น แต่เมื่อความเป็นสากลได้เข้ามามากขึ้น เทรนด์ประเทศ ในแถบยุโรปได้เข้ามามีอิทธิพลในประเทศไทย ทำให้ สีอื่นต่างๆ จะได้รับความนิยมน้อยลงไป กลายเป็นสีดำ ที่คนไทยเลือกสวมใส่ แต่ถึงอย่างไรการกลับมาของสีกรมท่า ก็ยังคงเป็นอิทธิพลหลักจากประเทศทางยุโรปอยู่เช่นเดิม

จะเห็นได้ว่าทั้ง 3 เทรนด์ที่นำมาเสนอนี้ถือเป็น เทรนด์ที่ได้คัดเลือกแล้วว่าเหมาะสมกับสภาพอากาศ และการสวมใส่ในประเทศไทยอย่างแน่นอน ฉะนั้นคุณ ผู้ชายอย่ารอช้า รีบลุกขึ้นมาแต่งตัวตามกระแสเทรนด์ ของปีนี้

ที่มาข้อมูลและภาพ

- วารสารเวิร์ ฉบับที่ 9 (มกราคม - มีนาคม 2557)
- วารสารเวิร์ ฉบับที่ 10 (เมษายน - มิถุนายน 2557)



วารสารส่งเสริมการลงทุน ได้รวบรวมคำถาม – คำตอบ เกี่ยวกับการให้บริการแก่คนต่างด้าวของศูนย์วีซ่า และใบอนุญาตทำงาน ซึ่งมีสาระน่าสนใจดังนี้

1. กรณีการขอใช้บริการช่องทางพิเศษ สำหรับผู้บริหารที่ทำงานอยู่บริษัทสาขาต่างประเทศ หากต้องการเข้ามาดูงานบริษัทสาขาในไทย แต่บริษัทขึ้นอยู่กับ ก.นอ. สามารถเข้ามาโดยใช้ช่องทางพิเศษได้หรือไม่

ตอบ ไม่สามารถใช้ได้ เนื่องจากช่องทางพิเศษจะเป็นในส่วนสิทธิประโยชน์ของบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมฯ จากบีโอไอเท่านั้น

2. เดิมบริษัทตั้งอยู่จังหวัดปทุมธานี สถานที่ทำงานของช่างฝีมือก็คือปทุมธานี แต่ต่อมาบริษัทได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัย จึงได้ย้ายสถานประกอบการไปอยู่ที่จังหวัดชลบุรี โดยได้ขอรับการส่งเสริมฯ ในมาตรการฟื้นฟูน้ำท่วม ดังนั้น

- หากบริษัททำเรื่องขอตำแหน่ง และบรรจุใหม่ของบริษัทส่งเสริมใหม่ จะต้องแจ้งพินตำแหน่งของบริษัทส่งเสริมเก่าหรือไม่

ตอบ ต้องแจ้ง

- หากมีการเพิ่มพื้นที่ของสถานประกอบการ ไม่ต้องใช้เอกสารจากบีโอไอ แต่หากเป็นดังกรณีข้างต้นจะต้องใช้หนังสืออนุมัติจากบีโอไอหรือไม่

ตอบ ต้องใช้หนังสือจากบีโอไอในกรณีที่ได้บัตรส่งเสริมใหม่และยกเลิกบัตรส่งเสริมเก่า บริษัทจะต้องยื่นขออนุมัติตำแหน่งใหม่ไว้ก่อน

3. กรณีมีบัตรส่งเสริมใบเดียว แต่มีหลายสาขาสามารถใช้บัตรส่งเสริมร่วมกันได้หรือไม่ (ซึ่งได้เพิ่มห้องที่เข้าไปแล้ว)

ตอบ สามารถทำได้ แต่ต้องเช็คในบัตรส่งเสริมก่อนว่าได้ระบุไว้ทุกสาขาหรือไม่ หากระบุไว้ทุกสาขาเวลาขอ Work Permit ท่านจะต้องระบุทุกสาขาที่ระบุไว้ในบัตรส่งเสริมด้วย เพื่อสิทธิประโยชน์จะได้ครอบคลุม

4. บัตรส่งเสริม 1 บัตร สามารถยื่นได้กี่ตำแหน่ง ก้อตรา มีจำกัดหรือไม่

ตอบ ไม่ได้กำหนดอัตรา แต่จะพิจารณาตามความเหมาะสมกับการใช้งานจริง

5. ทำไมเวลากรอกขอบรรจุคนต่างด้าว หากใช้เวลาประมาณสักพักหนึ่งและกดส่งเรื่องจะไม่สามารถส่งได้ ต้องกลับเข้าไปกรอกใหม่

ตอบ มี 2 กรณี คือ

(1) ไฟล์แนบมีขนาดเกิน 5 MB.

(2) ระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กรของท่านมีการหลุดบ่อยหรือไม่ ระบบอินเทอร์เน็ตอาจทำให้มีปัญหาในการกรอกแบบฟอร์มดังกล่าว

6. บริษัทเปิดโรงงานแห่งใหม่ที่ต่างประเทศ ช่างฝีมือต้องไปทำงานต่างประเทศชั่วคราว ระหว่างที่ไทยและต่างประเทศ อยากทราบว่าช่างฝีมือสามารถทำได้หรือไม่ จะมีความผิดหรือไม่

ตอบ หากพ้นจากเขตประเทศไทยแล้ว การพิจารณาจะขึ้นอยู่กับประเทศที่ท่านส่งช่างฝีมือไป เนื่องจากบีโอไอสามารถดูแลได้เฉพาะในอาณาเขตประเทศไทยเท่านั้น

7. หาก Passport เดิมของชาวต่างชาติหมดอายุและเปลี่ยนเล่มใหม่ (เปลี่ยนเลข Passport) ถามว่าต้องเข้าไปเปลี่ยนแปลงข้อมูลหมายเลข Passport ในระบบ E - expert หรือไม่

ตอบ ต้องทำการเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เพราะถ้าไม่แก้ไขหากหนังสือออกมาจะระบุหมายเลข Passport เดิม และเมื่อไปถึง ตม. ก็จะไม่พิจารณาให้

8. กรณีบริษัทต้องการทำเรื่องย้ายช่างฝีมือไปบัตรส่งเสริมใบใหม่ เนื่องจากบัตรส่งเสริมใบเก่าจะสิ้นสุดโครงการ ซึ่ง Visa ของช่างยังไม่หมดอายุ ต้องปฏิบัติอย่างไร มีระยะเวลาในการดำเนินการประมาณกี่วัน

ตอบ ต้องขออนุมัติตำแหน่งของบัตรส่งเสริมใหม่ก่อน เมื่อตำแหน่งเรียบร้อยแล้ว จึงแจ้งการสิ้นสุดของบัตรส่งเสริมเก่า โดยเลือกเวลาที่มากที่สุด คือ 15 วัน และจะได้เพิ่มอัตโนมัติอีก 7 วัน เพื่อเป็นการเผื่อเวลาในการกรอกข้อมูล

9. ต.ท.10 เร่งด่วน 15 วัน ต้องมีหนังสือจากบีโอไอหรือไม่ และต้องมี Visa ประเภทใดบ้าง

ตอบ ถ้าไม่เกิน 15 วัน ไม่ต้องใช้หนังสือจากบีโอไอ และในการยื่น ต.ท.10 ไม่มีค่าใช้จ่าย โดยจะเป็น Visa ประเภทใดก็ได้

10. ก.น.อ. ที่มักกะสันเคยยื่น Online ยังยื่นได้อีกหรือไม่ หรือให้เปลี่ยนมายื่นที่อาคารจัตุรัสจามจุรี

ตอบ กรณียื่น Online ที่ ก.น.อ. มักกะสัน สามารถยื่นได้ แต่หากท่านต้องการจะเปลี่ยนมายื่นกับบีโอไอ จะต้องแจ้งยกเลิกที่ ก.น.อ. มักกะสันก่อน โดยหากยื่นที่ใดแล้วจะต้องยื่นที่นั่นเพียงที่เดียว

11. ถ้าช่างผู้ชำนาญการมาอยู่ชั่วคราว 30 วัน หรือไม่เกิน 6 เดือน ไม่ต้องขออนุมัติตำแหน่งใช่หรือไม่

ตอบ ไม่ต้องขออนุมัติตำแหน่ง สามารถบรรจุตัวได้เลย บีโอไอจะพิจารณาตำแหน่งและให้อยู่ได้ไม่เกิน 6 เดือน

12. กรณีแจ้งพันตำแหน่งแล้ว ผู้ติดตามต้องแจ้งพันด้วยหรือไม่

ตอบ หากช่างฝีมือแจ้งพันตำแหน่งแล้ว ในระบบ E - expert จะมีผลต่อผู้ติดตามทันที คือจะต้องกลับพร้อมกัน

13. ช่างหรือผู้ชำนาญขอ Non - B เข้ามา ในระหว่างบรรจุตัว และอยู่ในขั้นตอนขอ Visa และ Work Permit ถามว่าในช่วงนี้สามารถทำงานได้หรือไม่

ตอบ ไม่สามารถทำงานได้

14. กรณี MD จากบริษัทแม่ที่ต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย เพื่อประชุมกับบริษัทในเครือ 2 - 3 วัน และไม่ได้ขอ Visa เข้ามา เพราะเนื่องจากเป็นประเทศที่ได้รับการยกเว้น Visa กรณีนี้จะต้องยื่น ต.ท.10 หรือไม่

ตอบ ต้องยื่น ต.ท.10 ด้วย

15. หาก Work Permit หมดอายุแล้ว ต้องการเปลี่ยนตำแหน่งใหม่ ต้องดำเนินการอย่างไร

ตอบ หาก Work Permit หมดอายุแล้ว ไม่สามารถต่อหรือเปลี่ยนได้ จะต้องขอเล่มใหม่





โครงการอนุมัติให้การส่งเสริม การลงทุน เดือนเมษายน 2557

บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
หมวด 1 เกษตรกรรม และผลิตผลทางการเกษตร					
1 ไทยเจริญพัฒนา เกษตรผสมผสาน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เลี้ยงไก่เนื้อ 1,590,000 ตัว	1.5	40.00	18	บุรีรัมย์ (เขต 3)
2 โกลคอลลีทิมิล จำกัด (ร่วมทุนไทย - สหรัฐฯ)	ข้าวคัดคุณภาพ 19,260 ตัน	1.14	50.00	12	อุบลราชธานี (เขต 3)
3 จิรัชัย โปรดิวซ์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	อบพืชและไซโล เช่น ข้าวโพด 40,000 ตัน	1.7	15.00	27	เชียงราย (เขต 3)
4 โคราซ ไบโอเอ็นเนอร์ยี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ก๊าซชีวภาพ 22,900,000 ลูกบาศก์เมตร	1.18	80.00	22	นครราชสีมา (เขต 3)
5 โมลด์ เมท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ยางผสม 8,000 ตัน และล้อยางตัน 210,000 เส้น	1.16 และ 4.10	99.00	165	สระบุรี (เขต 2)
6 บีอาร์ การเกษตร จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไข่เป็ดเชื้อ 5,476,600 ฟอง	1.5	48.00	16	เพชรบูรณ์ (เขต 3)
7 สหยนต์ เอ็นเนอร์ยี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบ 25,000 ตัน และเมล็ดในปาล์มอบแห้ง 7,350 ตัน	1.12	220.20	34	เพชรบูรณ์ (เขต 3)
8 ไทย กิตติวี จำกัด (ร่วมทุนไทย - จีน)	ผลไม้อบแห้งบรรจุภาชนะ ผนึก เช่น ทูเรียน มะม่วง และมังคุด 150 ตัน	1.11	60.40	50	จันทบุรี (เขต 3)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
9	ซีแพค เอเชีย อิมเมจิง โปรดักส์ จำกัด (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิ้น)	ส่วนผสมอาหารสัตว์ (ผลิตภัณฑ์สุขภาพ สำหรับสัตว์) เช่น สารต้านจุลชีพ สำหรับกุ้ง 3,500 ตัน	1.6	45.00	23	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
10	เอ็ม แอล โกลด์เด้นท์ฟาร์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เลี้ยงไก่เนื้อ 3,000,000 ตัว	1.5	78.00	25	บุรีรัมย์ (เขต 3)
11	คลีน ซิตี พาวเวอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันสังเคราะห์ จากเศษพลาสติก 2,100 ตัน	1.18	61.00	24	สุราษฎร์ธานี (เขต 3)
หมวด 2 เหมืองแร่ เซรามิกส์และโลหะขั้นมูลฐาน						
1	บางกอก - เอเอ็มซี จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนเหล็กทุบ 1,000 ตัน และชิ้นส่วนโลหะ 14 ตัน	2.16 และ 4.3	100.00	7	ชลบุรี (เขต 2)
2	จีคิวดี สเปเชียล เมททีเรียล (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นไต้หวันทั้งสิ้น)	RARE EARTH METAL เช่น Pr METAL และ Nd METAL 500 ตัน	2.17	114.00	14	ระยอง (เขต 2)
หมวด 3 อุตสาหกรรมเบา						
1	เพเทอร์ส เซอร์จิคัล อินเตอร์เนชันแนล จำกัด (หุ้นฝรั่งเศสทั้งสิ้น)	เส้นไหมและเข็มเย็บแผล สำหรับใช้ในห้องผ่าตัด 8,000,000 ชุด	3.9	17.80	52	กรุงเทพฯ (เขต 1)
2	แบมบู ไฟเบอร์เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ฝรั่งเศส)	เส้นใยจากไม้ไผ่ 20,000 ตัน	3.1	26.50	40	ลำพูน (เขต 3)
หมวด 4 ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง						
1	MR. MITSUNORI OKI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	เครื่องจักรอุปกรณ์และ ชิ้นส่วน เช่น พัดลม (BLOWER AND FAN) และหุ่นยนต์ (ROBOT)	4.2	72.00	16	ชลบุรี (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
		55 ชุด ชิ้นส่วนเครื่องจักร เช่น (STLENCER FOR BLOWER AND FAN) 60 ชิ้น				
2	เดลลอยด์ - ทิมส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - มาเลเซีย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น DOOR HINGE 1,400 ตัน	4.10	100.00	19	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
3	ซิมิซุ เมทัล แอสตมบิ่ง (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น BRACKET และ WASHER 64,800 ตัน	4.10	53.00	45	ชลบุรี (เขต 2)
4	เค. ดี. ซีท. เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	การอบ - ชุบโลหะ (HEAT TREATMENT) 28,500 ตัน	4.5	116.00	54	ปราจีนบุรี (เขต 3)
5	สยาม พิน หุ้ย อินเตอร์เนชันแนล จำกัด (หุ้นฮ่องกงทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น SHAFT, PIN และชิ้นส่วน ROLLER 360 ตัน	4.3	75.00	41	ระยอง (เขต 2)
6	MR. LIANG TONG (ร่วมทุนไทย - จีน)	ผลิตและซ่อมบำรุง 600 TEUs รักษาตู้สินค้าแบบ คอนเทนเนอร์ 30,000 TEUs	4.18	62.40	36	ชลบุรี (เขต 2)
7	ริวะเทค (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น TURBINE HUB และ DRIVE HUB 515 ตัน	4.3	62.80	31	ชลบุรี (เขต 2)
8	สยามโกลบอล เอ็นจิเนียริง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	โครงสร้างโลหะสำหรับงาน ก่อสร้างหรืองาน อุตสาหกรรม 3,200 ตัน	4.19	104.50	108	ชลบุรี (เขต 2)
9	อาบีโก โซเดเซีย (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นโปรตุเกสทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น SIDE PILLAR, FOOR PANEL และ CROSS CAR BEAM 3,347,500 ชิ้น	4.10	175.30	129	ระยอง (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
10	MR. SANTHOSH PARAMEL (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น ท่อร้อยสายไฟสำหรับ ยานพาหนะและท่อถักร้อย สายไฟสำหรับยานพาหนะ 10,000 กิโลเมตร	4.10	40.00	12	สมุทรปราการ (เขต 1)
11	เอพอด โอซีโอ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	การเคลือบผิว (SURFACE TREATMENT) 134,000,000 ชิ้น	4.4	55.00	26	ชลบุรี (เขต 2)
12	ไทยซัมมิท พีเคเค จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น FRAME ASSY และ AXL ASSY 321,000 ชิ้น	4.10	585.00	78	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
13	ไทยซอน เทค จำกัด (ร่วมทุนสามัว - ไต้หวัน)	แม่พิมพ์ 30 ชุด และการซ่อมแซมแม่พิมพ์ ชิ้นส่วนโลหะ เช่น DISK และ COVER 12,106,620 ชิ้น การเคลือบผิว 92,551,470 ชิ้น	4.4	94.30	74	ชลบุรี (เขต 2)
14	ฮีโน่เพาเวอร์เทรน แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	เพลากลาง (PROPELLER SHAFT) 31,380 ชิ้น	4.10	239.30	22	ชลบุรี (เขต 2)
15	MR. OSAMU IGARASHI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	อุปกรณ์เครื่องจักร การเกษตร เช่น FAN GENERATOR 450,000 ชิ้น อุปกรณ์เครื่องยนต์ อเนกประสงค์ เช่น GENERATOR FOR DIESEI ENGINE 227,000 ชิ้น ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น ABS MOTOR 787,500 ชิ้น	4.2, 4.10 และ 4.13	296.00	83	สมุทรปราการ (เขต 1)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
16	อิาร์ท - เสรีนา ปีสตัน จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น ลูกสูบและสลักลูกสูบ 4,980,000 ชิ้น	4.10	198.20	333	กรุงเทพฯ (เขต 1)
17	เค - เทค อินดัสเตรียล (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น ROM ASSY, CONNECTORS, FUSE COVER และ PRESSED METAL PART 30,500,000 ชิ้น	4.10	185.40	74	ระยอง (เขต 2)
18	คูเปอร์ อินเตอร์เนชันแนล เอ็นจิเนียริง แอนด์ เซอร์วิส จำกัด (ร่วมทุนไทย - อังกฤษ - ออสเตรเลีย)	โครงสร้างโลหะสำหรับ งานก่อสร้างหรือ งานอุตสาหกรรม 15,000 ตัน	4.19	36.00	245	ระยอง (เขต 2)
19	ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - สิงคโปร์)	สายควบคุม (CONTROL CABLE) สำหรับยานพาหนะ 12,000,000 ชิ้น รางกระจัดรถยนต์ 2,000,000 ชิ้น	4.10	43.00	248	ชลบุรี (เขต 2)
20	เอกโค (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเดนมาร์กทั้งสิ้น)	แม่พิมพ์ 60 ชุด อุปกรณ์จับยึด เช่น CHECKING JIG 650 ชุด การซ่อมแซมแม่พิมพ์ 120 ชุด	4.2	18.40	14	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
21	ชินหลง อินดัสเตรียล จำกัด (หุ้นไต้หวันทั้งสิ้น)	แม่พิมพ์ 100 ชุด ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ 20 ตัน	4.2	15.30	27	ชลบุรี (เขต 2)
22	อีโต้ พรินซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น SLEEVE, HOLDER, STOPPER, NUT, COLLER และ BUSH 410 ตัน	4.3	35.00	9	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
23	MR. KIKUO ARAKI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น TIE ROD และ DRAG LINK 196,000 ชิ้น	4.10	144.00	30	ชลบุรี (เขต 2)
24	โคโย จอยท์ (ไทยแลนด์) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น INTERMEDIATE SHAFT, SHAFT ASSY 720,000 ชิ้น	4.10	57.30	12	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
25	มอลเทินเอเชีย โพลีเมอร์โปรดักส์ จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น DOOR GROMMET, DUST COVER และ SUB TANK ASSY 1,930 ตัน	4.10	137.00	30	ชลบุรี (เขต 2)
26	ซี. ซี. เอส. แอดวานซ์เทค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะสำหรับอากาศยาน เช่น ชิ้นส่วนตกแต่งภายใน ชิ้นส่วนโครงสร้าง ชิ้นส่วน ระบบฐานล้อและชิ้นส่วน ระบบเบรก 1,800 ตัน	4.9	194.00	46	นนทบุรี (เขต 1)
27	ทีไอ ออโตโมทีฟ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นอังกฤษทั้งสิ้น)	ปั้มน้ำมันเชื้อเพลิง 300,000 ชิ้น ถังน้ำมันเชื้อเพลิง 300,000 ชิ้น	4.10	253.00	18	ชลบุรี (เขต 2)
28	สยาม พูโกกู จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น INTER COOLER HOSE และ WATER HOSE 683 ตัน	4.10	84.00	34	นครราชสีมา (เขต 3)
29	นิฮอน พลาสท์ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น BOX ASSY, LID ASSY และ PANEL ASSY 13,590 ตัน	4.10	215.00	52	ระยอง (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
30	นายสวัสดิ์ อภิญาสวัสดิ์ (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	การเคลือบผิว (SURFACE TREATMENT) 6,480 ตัน	4.4	190.00	60	สระบุรี (เขต 2)
31	พรีซีพาร์ท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ 140,000 ตัน ชิ้นส่วนพลาสติก 1,000 ตัน	4.3 และ 6.12	35.30	22	สมุทรปราการ (เขต 1)
หมวด 5 อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า						
1	สกายเวฟ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.98	7	กรุงเทพฯ (เขต 1)
2	โกลบอล เฮลท์ เทรเวล จำกัด (หุ้นออสเตรเลียทั้งสิ้น)	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - COMMERCE)	5.9	1.51	2	กรุงเทพฯ (เขต 1)
3	MR. EDMUND LOWELL (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.20	4	เชียงใหม่ (เขต 3)
4	โคเดียม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.95	9	กรุงเทพฯ (เขต 1)
5	แดฮัน ไครเมท จำกัด (หุ้นเกาหลีทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น CONDENSER 1,200,000 ชุด	5.3	70.00	80	ชลบุรี (เขต 2)
6	พีชเซอร์แอนด์พายเคิล แอปพลาเยแอนเชส (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	เตาปรุงอาหาร 60,000 ชุด	5.2	194.00	54	ระยอง (เขต 2)
7	เจ็ทเรดาร์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นฮ่องกงทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.40	20	จ.ระยอง (เขต 2)
8	MR. SEBASTIEN BUET (หุ้นฝรั่งเศสทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	3.00	4	กรุงเทพฯ (เขต 1)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
9	โฮลออนซิสเต็ม (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	3.50	7	กรุงเทพฯ (เขต 1)
10	MR. REINHARD GERD JUNG (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ เช่น AIR FILTER 40,000 ชิ้น	5.3	60.00	48	ชลบุรี (เขต 2)
11	ไทยซัมมิท เทป จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	สายไฟ (CABLE) 650 ตัน	5.3	58.50	34	ชลบุรี (เขต 2)
12	โรม อินทิเกรตเต็ด ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	INTEGRATED CIRCUIT 36,566,000 ชิ้น	5.5	199.98	40	ปทุมธานี (เขต 1)
13	เดลต้า อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - ไต้หวัน - สิงคโปร์ - สหรัฐฯ - จีน)	ELECTRO MAGNETIC PRODUCT เช่น EMI FILTER, LINE FILTER, SOLENOID และ TRANSFORMER 40,000,000 ชิ้น	5.5	250.00	323	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
14	ไทยแอร์วิร์ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สายไฟฟ้า (WIRE CABLE) 380 ตัน	5.3	200.70	16	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)

หมวด 6 เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก

1	ไทยซัมมิท เทป จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แถบพลาสติกเคลือบขาว (PLASTIC ADHESIVE TAPE) 740 ตัน	6.12	49.90	18	ชลบุรี (เขต 2)
2	ไทยซัมมิท เทป จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ท่อพลาสติกร้อยสายไฟ เช่น TUBE และ CORRUGATED TUBE 650 ตัน	6.12	58.50	34	ชลบุรี (เขต 2)
3	จูเคียว ยูชิ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์เคมีสำหรับ อุตสาหกรรมต่างๆ เช่น RELEASING AGENT และ ADDITIVE 11,610 ตัน	6.2	155.00	45	ชลบุรี (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
4	โมเดิร์น ไดสตัฟส์ แอนด์ พิคเมนท์ส จำกัด (ร่วมทุนมาเลเซีย - จีน)	สีย้อมชนิดต่างๆ เช่น LEATHER DYES และ DYE SOLUTION 1,600 ตัน	6.8	80.00	25	ชลบุรี (เขต 2)
5	ไทย โคโคคุ รับเบอร์ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ท่อสำหรับอุตสาหกรรม 600,000 ชิ้น	6.12	60.20	92	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
6	คอสโม อีเอ็นจี ไทย จำกัด (หุ้นเกาหลีทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์พลาสติก หรือเคลือบด้วยพลาสติก 1,500,000 ชิ้น	6.12	40.00	28	ระยอง (เขต 2)
หมวด 7 กิจการบริการและสาธารณูปโภค						
1	โยชิมุระ เอเชีย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	2.40	37	ปทุมธานี (เขต 1)
2	สุเพิร์บ พาวเวอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากก๊าซธรรมชาติ 7.3 เมกะวัตต์	7.1	175.00	6	สมุทรปราการ (เขต 1)
3	พฤษา เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - ต่างชาติ)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 403 หน่วย	7.5	130.80	-	ปทุมธานี (เขต 1)
4	เหมราช อีสเทิร์นซีบอร์ด อินดัสเตรียลเอสเตท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	พัฒนาอาคารสำหรับโรงงาน อุตสาหกรรม 4 หน่วย	7.8	232.50	9	ชลบุรี (เขต 2)
5	ทีเอ็นเอ เอเชีย จำกัด (หุ้นออสเตรเลียทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	4.00	7	กรุงเทพฯ (เขต 1)
6	ฟุคูอิ เบียวระ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	80.00	6	ระยอง (เขต 2)
7	อีโรมิทซี เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	20.00	5	กรุงเทพฯ (เขต 1)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
8	เซกิซุย สเปเชียลตี้ เคมิคอลส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	14.30	3	กรุงเทพฯ (เขต 1)
9	เดลฟินแก้น อาร์โอเอช เอเซีย จำกัด (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค	7.13	10.00	5	สมุทรปราการ (เขต 1)
10	MR. SUZUKI YUJI (หุ้นฮ่องกงทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	2.00	13	กรุงเทพฯ (เขต 1)
11	โตโยทสี เคมิพลาส (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและ ผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	15.00	19	กรุงเทพฯ (เขต 1)
12	ทีซี รีโนเวเบิล เอ็นเนอร์ยี จำกัด (ร่วมทุนไทย - จีน)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา 0.250 เมกะวัตต์	7.1	10.00	5	ชลบุรี (เขต 2)
13	อีทีซี ไบโอบาวเวอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	ไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ 1.95 เมกะวัตต์	7.1	53.70	6	นครราชสีมา (เขต 3)
14	อีทีซี ไบโอบิโอดี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	ไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ 1.95 เมกะวัตต์	7.1	53.70	6	นครราชสีมา (เขต 3)
15	เอส ซี แมนเนจเม้นท์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เรือกลตันลากจูง 1 ลำ	7.9	92.40	9	ไม่ระบุที่ตั้ง
16	อาปา สตีล อินเตอร์เทรด จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ศูนย์กระจายสินค้าระหว่าง ประเทศด้วยระบบที่ทันสมัย	7.11	225.10	46	ชลบุรี (เขต 2)
17	สมอทองปาล์ม 2 จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ 6,000 กิโลวัตต์	7.1	174.60	9	สุราษฎร์ธานี (เขต 3)
18	บุญบันดาลรุ่งเรือง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำเพื่ออุตสาหกรรม 1,040,000 ลูกบาศก์เมตร	7.1	142.00	17	นครราชสีมา (เขต 3)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
19	เจม เอ็นไวรอนเมนทัล แมเนจเม้นท์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำเพื่ออุตสาหกรรม 7,300,000 ลูกบาศก์เมตร	7.1	50.40	9	ระยอง (เขต 2)
20	บอมบาร์ดิเอร์ ทรานสปอร์ต เทชั่น โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค	7.9	9.00	37	กรุงเทพฯ (เขต 1)
21	MR. OSAMU MATSUMOTO (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	6.00	1	ชลบุรี (เขต 2)
22	นิเด็ค อีเล็กโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ ระหว่างประเทศ	7.12	7.60	2	ปทุมธานี (เขต 1)
23	มาเจนโก้ (บ่อวิน) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงชีวมวล 1.35 เมกะวัตต์	7.1	130.30	12	ชลบุรี (เขต 2)
24	เคอร์รี่ สยามซีพอร์ต จำกัด (ร่วมทุนไทย - ไอร์แลนด์ - สิงคโปร์)	สถานที่ตรวจปล่อยและ บรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อการส่งออกหรือโรงพักสินค้า เพื่อตรวจปล่อยของขาเข้า และบรรจุของขาออกที่ขนส่ง โดยระบบคอนเทนเนอร์ นอกเขตท่าเทียบเรือ (รพท.)	7.1	195.00	39	ชลบุรี (เขต 2)
25	MR. AKIRA TANAKA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	3	กรุงเทพฯ (เขต 1)
26	ฮาล อะลูมิเนียม (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและ ผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	30.00	6	ชลบุรี (เขต 2)
27	MR. MICHAEL HALTON (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	10.00	15	กรุงเทพฯ (เขต 1)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
28	เอลซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	วิจัยและพัฒนา	7.20	12.00	5	ระยอง (เขต 2)
29	โตคูมิ อิเล็กทรอนิกส์ไทย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	วิจัยและพัฒนา	7.12	3.00	4	นครราชสีมา (เขต 3)
30	อาร์มสตรอง รับเบอร์ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	4.50	9	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
31	อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	สร้างภาพยนตร์ไทย	7.6	9.60	21	กรุงเทพฯ (เขต 1)
32	พีทูพี เรนโบว์บริดจ์ จำกัด (ร่วมทุนเกาหลี - ญี่ปุ่น)	กิจการประสานงานภาพยนตร์ จากต่างประเทศที่มาถ่ายทำ ในประเทศไทย	7.6	6.00	13	กรุงเทพฯ (เขต 1)
33	ภูเก็ต โคลด์สตอล พรีอเพอร์ติส จำกัด (หุ้นอังกฤษทั้งสิ้น)	โรงแรม 18 ห้อง	7.4	450.00	52	ภูเก็ต (เขต 2)
34	พี. ซี. ปาล์ม (2550) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ 4.6 เมกะวัตต์	7.1	194.00	10	สุราษฎร์ธานี (เขต 3)
		รวม 7 หมวดอุตสาหกรรม		9,084.62	3,893	เขต 1 = 27 เขต 2 = 53 เขต 3 = 19 ไม่ระบุที่ตั้ง = 1

หมายเหตุ เขต 1 ได้แก่ กรุงเทพฯ นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร
 เขต 2 ได้แก่ กาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครนายก พระนครศรีอยุธยาราชบุรี สระบุรี สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี อ่างทอง
 ระยอง และภูเก็ต
 เขต 3 ได้แก่ 59 จังหวัดที่เหลือ





BUILD
We Link...

BUILD, or the BOI Unit for Industrial Linkage Development

BUILD has played a vital role in developing the industrial linkage for more than 20 years. The duties of BUILD are to act as an intermediary between manufacturers of ready-made products and small-and medium-sized manufacturers of parts, which will result in the linkage of industries and the transfer of production technology, leading to the strong growth in supporting industries in Thailand. All this provides a sound base for the sustainable development of the country's industry as a whole.

Sign up for a free BUILD membership to receive our weekly e-newsletter and keep you informed about our activities and events.

Please sign up at <http://build.boi.go.th>

Tel : +66(0)2 553 8111 ext.7 Fax : +66(0)2 553 8325

E-mail : sourcing@boi.go.th Website : <http://build.boi.go.th>



คิดถึงการลงทุน คิดถึง

บีไอไอ

• สำนักงานในประเทศ •

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 1 (เชียงใหม่)

ห้อง 108 - 110 อาคารแอร์พอร์ต บีซิเนส ปาร์ค
เลขที่ 90 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ 50100
โทรศัพท์. 0 5320 3397 - 400
โทรสาร 0 5320 3404
อีเมล : chmai@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

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4 (ชลบุรี)

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

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 5 (สงขลา)

7 - 15 อาคารไชยยงค์ 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

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 7 (พิษณุโลก)

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

• หน่วยงานบริการอื่นๆ •

สมาคมส่งเสริมการลงทุน

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

ศูนย์บริการวิชาชีพและใบอนุญาตทำงาน

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

• สำนักงานในต่างประเทศ •

BEIJING : Thailand Board of Investment, Beijing Office

Royal Thai Embassy, No.40 Guang Hua Rd., Beijing 100600 P.R.C.
Tel: +86-10-6532-4510 Fax: +86-10-6532-1620 E-mail: 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 E-mail: frk@boi.go.th

GUANGZHOU : Thailand Board of Investment, Guangzhou Office

Investment Promotion Section, Royal Thai Consulate-General, Room 1216-1218,
Garden Tower, 368 Huanshi Dong Rd., Guangzhou 510064 P.R.C
Tel: +86-20-8333-8999 ext. 1216-8, +86-20-8387-7770 Fax: +86-20-8387-2700
E-mail: 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 E-mail: boila@boi.go.th

MUMBAI : Thailand Board of Investment, Mumbai Office

Royal Thai Consulate-General 1st Floor, Dalalal House, Jammalal Bajaj Marg, Nariman Point,
Mumbai - 400 021 Republic of India
Tel: +(91 22) 2204 1589-90 Fax: +(91 22) 2282 1071 E-mail: 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 E-mail: 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 E-mail: 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 E-mail: 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 E-mail: seoul@boi.go.th

SHANGHAI : Thailand Board of Investment, Shanghai Office

Royal Thai Consulate-General, 15th Floor, Crystal Century Tower,
567 Weihai Rd., Shanghai 200041, P.R.C
Tel : +86-21-6288-9728-9 Fax : +86-21-6288-9730 E-mail: 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
E-mail: stockholm@boi.go.th

SYDNEY : Thailand Board of Investment, Sydney Office

Suite 101, Level 1, 234 George Street, Sydney, New South Wales 2000, Australia
Tel : +61-2-9252-4884 Fax : +61-2-9252-2883 E-mail: 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 E-mail: 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



THAILAND BOARD OF INVESTMENT

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

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