ปีที่ 22 ฉบับที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

www.boi.go.th

วารสาร ส่งเสริมการลงทุน

INVESTMENT PROMOTION JOURNAL

อุตสาหกรรมแห่งความรัก
ขยายการลงทุนต่อเนื่อง

BOI FAIR 2011 THAILAND

10 - 25 พฤศจิกายน 2554
www.boifair2011.com

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 22 ฉบับที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554
www.boi.go.th

Power of Sharing

พลังแห่งการแบ่งปัน

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ร่วมกับมูลนิธินิคมอุตสาหกรรมไทย
มอบเงินรายได้จากการจัดคอนเสิร์ตการกุศล

"The Musical Concert : Power of Sharing"

เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนา กนอ. ครบรอบปีที่ 38
แก่มูลนิธิฯ และสถานสงเคราะห์ จำนวน 18 แห่ง

38 Anniversary

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ลงทุนในประเทศไทย
มั่นใจนิคมอุตสาหกรรม

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
กองประชาสัมพันธ์ ฝ่ายบริหาร
โทร: 66-2253-0561 โทรสาร: 66-2253-2965
investment.1@ieat.mail.go.th, ieat@ieat.go.th
www.ieat.go.th, www.ieatsolution.net

BOI FAIR 2011 THAILAND

โลกสดใส ไทยยั่งยืน

งานแฟร์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

10-25 พฤศจิกายน 2554

อิมแพ็ค เมืองทองธานี

www.boifair2011.com

BOI

E-mail: boifair2011@boi.go.th Tel: 0 2553 8300 Fax: 0 2553 8333

Investor Club Association

Investor Service Section

Strengthen Your Investment Through Our Network and Relationships

Providers following services :

- Business consultation and investment information
- Business matching service
- Business translation and interpretation service
- Computer training room and facilities

Other services :

- Arrangement of special seminars and workshop on various topics by qualified speakers
- Arrangement of business visits to successful companies and factories
- Arrangement of special activities to strengthen relationships among members and executives of IC and BOI such as Business Meetings, Golf Tournaments and CSR Projects

Contact for more information at **Investor Club Association**
1 TP&T Tower, 16th Fl., Vibhavadee-Randsit Rd., Ladyao, Jatujak, Bangkok 10900
Phone : (66) 0 2936 1429 ext. 212-213, 215 Fax : (66) 0 2936 1441-2
E-mail : isc@ic.or.th Website : http://www.ic.or.th

วารสารส่งเสริมการลงทุน
INVESTMENT PROMOTION JOURNAL
ปีที่ 22 ฉบับที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554

สารบัญ

C O N T E N T S

บีโอไอแฟร์ 2011

อัพเดท...การจองพื้นที่ในงานบีโอไอแฟร์ 2011 6

ช่องทางอุตสาหกรรม ในโอกาสวันวาเลนไทน์

จับตามองธุรกิจในวันวาเลนไทน์ 9
การท่องเที่ยวแนวใหม่ ส่งเสริมให้คู่บ่าวสาวอินเดียแต่งในไทย 13
อัญมณี...อุตสาหกรรมแห่งความรัก กับโอกาสเติบโต 17
เรือสำราญ...วิมานลอยน้ำ 22
โรงแรม...ธุรกิจเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว 29
ดอกกุหลาบ (จีน) บานสะพรั่งวันวาเลนไทน์ บนความร่วงโรยของกุหลาบไทย 33
ตามไปดูตลาดดอกไม้ที่สำคัญของโลก 38

SMEs

นโยบายกระตุ้นการลงทุนของ SMEs ไทย 41

OSOS

OSOS เปิดให้บริการนักลงทุนครบ 1 ปี 44

ลงทุนไทยในต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การลงทุนไทยในต่างประเทศ 50

สัมภาษณ์พิเศษ

SEMTHAI TOP 5 ผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์โลก 54

กฎและระเบียบควรรู้

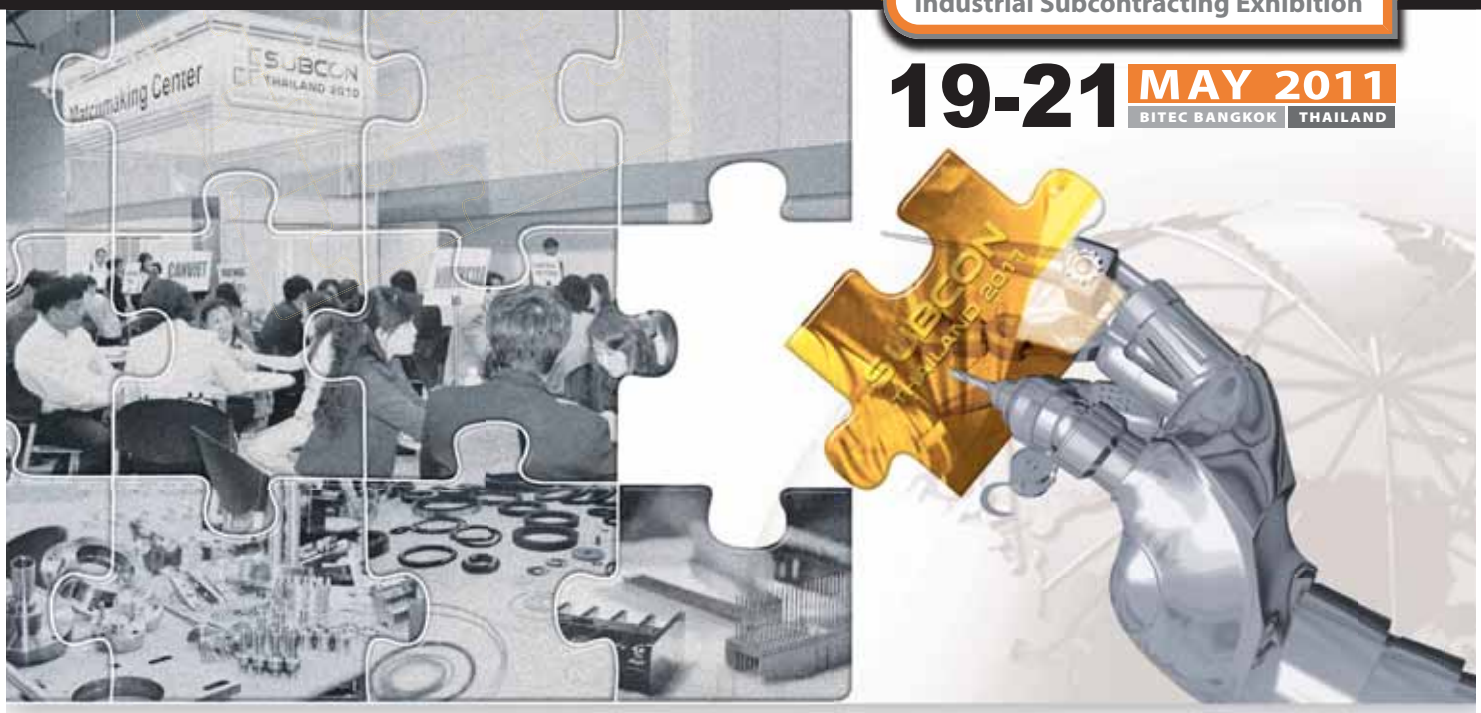
การเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ ตอนจบ 61
นานาสาระกับบีโอไอ 66

สถิติการส่งเสริมการลงทุน

สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุน 69
โครงการอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน 72

SUBCON THAILAND 2011
Industrial Subcontracting Exhibition

19-21 MAY 2011
BITEC BANGKOK | THAILAND



SOLVING THE PUZZLE...

SUBCON Thailand – the most important piece of your profit picture.

www.subconthailand.com

- Meet local and international buyers from around the world.
- Expecting over 280 leading local and Asean subcontracting companies.
- Business matchmaking opportunities to enhance your business success.
- Special Business Seminars, Programs & Activities designed to put you on the road to international success.

ASEAN'S LEADING INTERNATIONAL INDUSTRIAL SUBCONTRACTING EVENT

Co-organised by:

Co-located with:

In-conjunction with:

BOI Unit for industrial Linkage Development (BUILD), Thailand Board of Investment (BOI)
Tel. (66) 2537 8733, (66) 2936 2567 Fax (66) 2537 8734
E-mail: build@boi.go.th

UBM Asia (Thailand) Co Ltd
Tel. (66) 2642 6911 Ext.213
Fax (66) 2642 7433
E-mail: Warayut.C@ubm.com

วารสารส่งเสริมการลงทุน

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้รายงานสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเดือนมกราคมที่ผ่านมาว่า มีการขยายตัวถึงร้อยละ 14.4 โดยการขยายตัวของสินเชื่อธุรกิจและภาคครัวเรือน มีการขยายตัวร้อยละ 10.9 และ 17.2 ตามลำดับ การขยายตัวของสินเชื่อเป็นปัจจัยสนับสนุน การบริโภคและการลงทุนให้มีการขยายตัวที่ดีตามไปด้วย

แม้ขณะนี้มีแนวโน้มการปรับตัวเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ย แต่คาดว่าไม่น่าจะมีผลกระทบต่อการลงทุนมากนัก เพราะยังมีการประเมินการทำงานของธนาคารกลางไทย ในการตอบสนองปัญหาเงินเฟ้ออยู่ในระดับปานกลาง คือยังป้องกันแก้ไขความเสี่ยงดังกล่าวได้อย่างทันท่วงที ต่างกับเวียดนาม หรืออินโดนีเซียที่รับมือกับปัญหานี้ได้ช้ากว่า และอัตราดอกเบี้ยที่แม้จะขยับขึ้น ก็ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ

ดังนั้น ภาวะการลงทุนในช่วงเวลาถัดไปจากนี้ยังมีแนวโน้มที่ดี หากแต่ที่น่าเป็นห่วงก็คงเป็น ผู้ที่ไม่ได้รับผลประโยชน์ จากการปรับค่าครองชีพหรือค่าครองชีพที่ได้รับ ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายอยู่เดิม แต่ในขณะเดียวกันต้องเผชิญกับปัญหาการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าหรือบริการ ที่คงต้องได้รับผลกระทบมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

มาถึงเรื่องในฉบับเดือนกุมภาพันธ์ เดือนแห่งความรักด้วยเรื่องเบาๆ กันบ้าง ฉบับนี้ขอนำเสนออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง กับการเฉลิมฉลองวันแห่งความรักอันสดใส ด้วยเรื่องราวของอุตสาหกรรมที่น่าสนใจ และเต็มไปด้วยสาระเช่นเคย พบกันอีกฉบับหน้าค่ะ

เจ้าของ
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

คณะที่ปรึกษา
ดร. อรรชกา สีบุญเรือง เลขาธิการฯ
นางหิรัญญา สุจินัย ที่ปรึกษาด้านการลงทุน
นางสาวอัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย ที่ปรึกษาด้านการลงทุน
นายส่งศักดิ์ ลิมบานเย็น รองเลขาธิการฯ
นางสาวดวงใจ อัศวจินดจิตร์ รองเลขาธิการฯ และที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการ
นางวราภรณ์ เฉยสอาด บรรณาธิการบริหาร
นางบุษยาพร วีริยะศิริ หัวหน้ากองบรรณาธิการ
ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางนุชนารถ วงษ์เกษม
นางสาวสุนันทา อักขระกิจ

คณะทำงานวารสารส่งเสริมการลงทุน
นายยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์
ดร.บงกช อนุโรจน์
นางสาวพรรณี เข็งสุทธา
นายสุทธิเกตติ์ ทัดพิทักษ์กุล
นางสาวรัตนวิมล นารี ศุกรีเขตร
นางสาววันเพ็ญ หรูจิตตวิวัฒน์
นางสาวทรงสิรินุช ตันติเวสส
นางสาวปิยะวรรณ ขยันมาก
นายอิสระ อมรกิจบำรุง
นางสาวจุนิตา ศิริทรัพย์
นางสาวศัลยา อักษรมัต
นายธรรมรัตน์ รัตนพันธ์
นางสาวณภัทร ทัพพันธุ์
นางสาววรรณนิภา พิภพไชยาสิทธิ์
นางสาวช่อแก้ว ประสงค์สม
นางสาวอุทัยวรรณ เดชณรงค์
นางสาววริสรา พึ่งทองหล่อ
นางสาวธนาวดี คุวสานนท์
นางสาวยอดกมล สุธีรพจน์
นายธีระพงษ์ อติชาตนานนท์
นางสาวสุวิดา ธัญวงษ์
นายสถาปนา พรหมบุญ
นางสาววันทนา ทาตาล
นายรุ่งฤทธิ์ มณีไทย
นายวุฒิชัย ภิสัชเพ็ญ
นางสาวรัชนีกร ไพยชำนาญ

กองบรรณาธิการ วารสารส่งเสริมการลงทุน
ศูนย์บริการลงทุน
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ : 0 2553 8111 ต่อ 8188, 8184 และ 6196
โทรสาร : 0 2553 8222 และ 0 2553 8316
อีเมล : head@boi.go.th
เว็บไซต์ : www.boi.go.th

ออกแบบและพิมพ์ที่
บริษัท เกรย์ แมทเทอร์ จำกัด
21/61-62 RCA โซน C ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320

อัพเดท...การจองพื้นที่ในงาน บีโอไอแฟร์ 2011

พื้นที่ในงานบีโอไอแฟร์ 2011 ได้รับความสนใจจากบริษัทหน่วยงาน สมาคมทั้งไทยและต่างชาติเป็นจำนวนมาก ในส่วนของบริเวณริมทะเลสาบที่ได้ตั้งเป้าไว้ 84 ศาลานิทรรศการหรือพาวิลเลี่ยน ได้มีการจองเข้ามาอย่างล้นหลาม ทำให้สามารถจินตนาการเป็นภาพนครพาวิลเลี่ยนริมทะเลสาบได้ลางๆ แล้ว และภายในอาคารชาเลนเจอร์ 1-2-3 ที่ตั้งเป้าไว้ประมาณ 3,000 คูหา ได้มีบริษัททั้งที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน สมาคมจากกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งไทยและต่างชาติจองพื้นที่เข้ามาแล้วเช่นกัน ทำให้งานเดินหน้าไปได้อย่างรวดเร็ว

สถานภาพการจองพื้นที่ส่วนมินิเอ็กซ์โป

หลังงานแถลงข่าวเปิดตัวงานบีโอไอแฟร์ 2011 เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2553 โดยมีนายกรัฐมนตรี (นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ) เป็นประธานในงานดังกล่าว ร่วมด้วยทีมบุคคลสำคัญจากรัฐบาล อาทิ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม (นายชัยวุฒิ บรรณวัฒน์) ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงอุตสาหกรรม (นายพุทธิพงษ์ ปุณณกันต์) อดีตเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (นายสถาพร กวิตานนท์) และ ดร.อรรชกา สีบุญเรือง เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนคนปัจจุบัน เป็นต้น

ในส่วนของบริษัทชั้นนำที่มีผู้บริหารมาร่วมให้ความเห็นในการเข้าร่วมงานบีโอไอแฟร์ 2011 ได้แก่ เครือบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ซัมซุง อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด และกลุ่มบริษัทโซนี่ ประเทศไทย ทำให้การจองพื้นที่เป็นไปอย่างคึกคักนับตั้งแต่ในวันนั้น

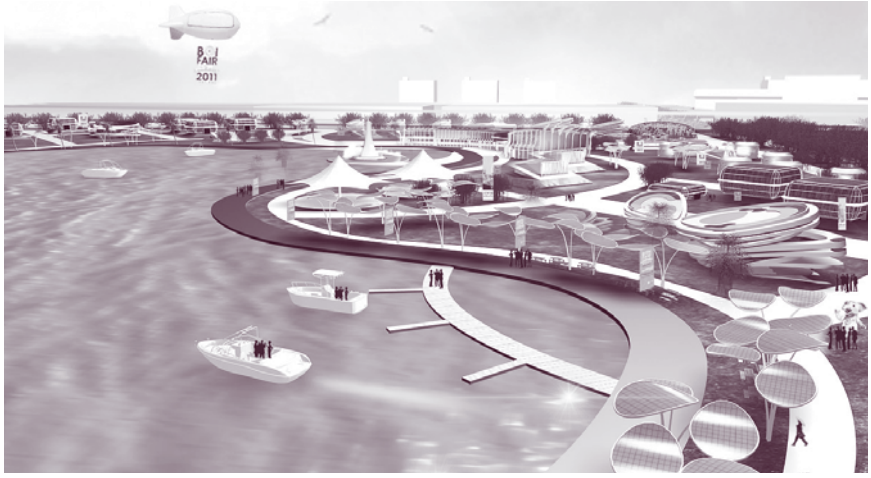
นอกจากนี้ ยังมีบริษัทชั้นนำอื่นๆ จองพื้นที่อีกด้วย ซึ่งได้แก่ บริษัท Shell Hut Entertainment จำกัด บริษัท ดับเบิ้ล เอ (1991) จำกัด (มหาชน) บริษัท Panasonic Management จำกัด และบริษัท Asian Honda Motor จำกัด

ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2553 จนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ 2554 มีการจองพื้นที่เข้ามาจนเกือบเต็มแล้ว คงเหลือเพียงบางส่วนที่มีความจำเป็นต้องรอผลการตัดสินใจจากบริษัทแม่ในต่างประเทศอีกประมาณ 10 กว่าพาวิลเลี่ยน

สำหรับการเตรียมโชว์ความอลังการของแต่ละพาวิลเลี่ยน แต่ละบริษัทมีการเตรียมงานอย่างเป็นเลิศ และเตรียมจะจัดแถลงข่าวต่อไป แต่แน่นอนคือ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ล้ำอนาคตของแต่ละบริษัทจากกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตร

ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2553 จนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ 2554 มีการจองพื้นที่เข้ามาจนเกือบเต็มแล้ว

แปรรูป กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มยานยนต์ กลุ่มอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ กลุ่มพลังงานทดแทน อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ที่เตรียมจะมาโชว์ภายใต้แนวคิดของงาน "โลกสดใส ไทยยั่งยืน" หรือ "Going Green for the future"



สำหรับบริษัทชั้นนำที่จองพื้นที่ศาลานิทรรศการแล้ว มาจากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ ยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อาหารและเครื่องดื่ม ปิโตรเคมี

สำหรับบริษัทชั้นนำที่จองพื้นที่ศาลานิทรรศการแล้วมาจากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

กลุ่มยานยนต์ ประกอบด้วย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เจนเนอร์รัล มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เอเชี่ยน ฮอนด้า มอเตอร์ บริษัท นิสสัน มอเตอร์ บริษัท มิตซูบิชิ มอเตอร์ บริษัท ตรีเพ็ชร อีซูซุ บริษัท แอร์โรคลาส บริษัท ฟอร์ด มอเตอร์ บริษัท ซูซุกิ บริษัท คาวาซากิ บริษัท ยามาฮ่า บริษัท ไทยซัมมิท บริษัท มิชลิน สยาม บริษัท สยามคูโบต้า และบริษัท ไทย บริดจสโตน

กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย กลุ่มบริษัทโซนี่ บริษัท ไทยซัมซุง อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด บริษัท พานาโซนิค บริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ บริษัท แอล จี อิเล็กทรอนิกส์ บริษัท ฮิตาชิ เอเชีย บริษัท หัวเหว่ย เทคโนโลยี และบริษัท แคนนอน

กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม นำโดย เครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งจะจัดแสดงอย่างยิ่งใหญ่ในพื้นที่เทียบเท่ากับศาลานิทรรศการถึง 15 พาวิลเลี่ยน ตามด้วย บริษัท เบทาโกร บริษัท กระทิงแดง

กลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ประกอบด้วย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) กลุ่มเอสซีจี บริษัท ดาว เคมิคอล บริษัท อินโดรามา และ บริษัท ดับเบิ้ลเอ (1991) จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้ ยังมีบริษัทชั้นนำในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้แก่ บริษัท เชลล์ฮัท เอนเตอร์เทนเมนท์ บริษัท วีนิไทย บริษัท แคนาดอย บริษัท บีเอเอสเอฟ บริษัท สุธีกรุ๊ป และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

การจับจองพื้นที่ภายในอาคารชาเลนเจอร์ 1-2-3

ภายในงานบีโอไอแฟร์ 2011 ซึ่งจะจัดในอาคารชาเลนเจอร์ 1 - 3 มีการจองพื้นที่

แสดงและจัดจำหน่ายสินค้าทั้งที่จองเป็นพื้นที่เปล่าหรือเป็นคูหาจำนวนมาก แบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม คือ กลุ่มเกษตรแปรรูป สินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องใช้ในครัวเรือน/อุปกรณ์ของตกแต่งบ้าน แฟชั่นและเครื่องประดับ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ กลุ่มผู้ผลิตและผู้ผลิตชิ้นส่วนของผลิตภัณฑ์ Hard Disk Drive ที่รวมตัวกันมาจัดแสดงนิทรรศการ ให้ผู้เข้าเยี่ยมในงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ Hard Disk Drive มากยิ่งขึ้น ร่วมกันภาคภูมิใจที่ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิต Hard Disk Drive และส่งออกอันดับ 1 ของโลก

ภายในงานบีโอไอแฟร์ 2011 ซึ่งจะจัดในอาคารชาเลนเจอร์ 1 - 3 มีการจองพื้นที่แสดงและจัดจำหน่ายสินค้าทั้งที่จองเป็นพื้นที่เปล่าหรือเป็นคูหาจำนวนมาก

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มยานยนต์ เครื่องจักรและอุปกรณ์ อุตสาหกรรมการรับช่วงผลิตผลิตภัณฑ์และชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์กระดาษและสิ่งพิมพ์ และพลังงาน สาธารณูปโภคและบริการ นอกจากนั้น ยังมีโซนอาหารดี 4 ภาค ซึ่งจะมีการจำหน่ายอาหาร ที่สามารถมองเห็นการแสดงที่หลากหลายบนเวทีใกล้ๆ ได้อีกด้วย

โดยมีกลุ่มบริษัทชั้นนำได้จับจองพื้นที่ภายในอาคารจำนวนหลายสิบถึงหลายร้อยคูหา ได้แก่ กลุ่มสหพัฒน์ บริษัท น้ำตาลมิตรผล บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริค และสมาคมรับช่วงการผลิตแห่งประเทศไทย นอกจากนั้น ยังมีโซนของหน่วยงานภาครัฐไทยและนานาชาติ อาทิ กระทรวงอุตสาหกรรม สถานทูต หอการค้าจากแต่ละประเทศ

กิจกรรมในฮอลล์ 9

สำหรับการจัดแสดงในฮอลล์ 9 จะเป็นพื้นที่จัดงานสัมมนาวิชาการกว่า 200 หัวข้อ ตลอดระยะเวลา 16 วันของการจัดงาน โดยเตรียมเนื้อหาครอบคลุมทั้งที่เป็นองค์ความรู้เชิงวิชาการ เส้นทางความสำเร็จจากนักธุรกิจชั้นนำ กฎระเบียบและสิ่งที่ควรรู้ของหน่วยงานทั้งไทยและต่างชาติ เกร็ดความรู้ด้านพลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อม นโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ การส่งเสริมให้นักธุรกิจไทยลงทุนในต่างประเทศ การเตรียมความพร้อมสู่การค้าเสรีอาเซียนปี 2015 เป็นต้น และจัดประชุมสัมมนาผู้นำและนักธุรกิจระดับโลกจากนานาประเทศหรืองาน CEO Forum เตรียมการจะเชิญ CEO ไทยและจากทั่วโลกอีกด้วย รวมทั้งจะมีการจัดแสดงนิทรรศการทางด้านวิทยาศาสตร์ ของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

จะเห็นได้ว่าบริษัท หน่วยงานทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่เข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการบริเวณริมทะเลสาบและภายในอาคารชาเลนเจอร์ 1-2-3 รวมทั้งฮอลล์ 9 นั้น มาจากประเทศไทยและต่างชาติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพด้านการลงทุนของไทยและต่างชาติในประเทศไทย โดยคาดว่าจะสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ จะมีเงินสะพัดและการไหลเวียนเงินตราเกิดขึ้น ในช่วงจัดงานบีโอไอแฟร์ 2011 อีกด้วย ซึ่งน่าจะส่งผลดีหลากหลายมิติให้กับประเทศไทยต่อไป

สนใจติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

ศูนย์ประสานงานบีโอไอแฟร์ 2011
โทรศัพท์ 0 2553 8300, 0 2553 8111 ต่อ 8300
โทรสาร 0 2553 8333
อีเมล : boifair2011@boi.go.th
เว็บไซต์ : www.boifair2011.com
เครือข่ายออนไลน์ต่างๆ ได้แก่
www.facebook.com/Boifair2011
www.twitter.com/boifair2011
www.youtube.com/boifair2011thailand

และท่านผู้อ่านยังสามารถติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวในการจัดงานบีโอไอแฟร์ 2011 ได้อีกในวารสารฯ ฉบับต่อไป

จับตามองธุรกิจ ในวันวาเลนไทน์

ในโลกยุคไร้พรมแดน เมื่อถึงวันวาเลนไทน์แต่ละปี พวกเราทุกคนก็ต้องนึกถึงเรื่องรักๆ ซึ้งๆ ที่สร้างกระแสการสูบฉีดให้กับเลือดทั่วทั้งร่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรดาคนหนุ่มคนสาว แต่ถ้ามองในเชิงการตลาดระดับประเทศและระดับโลกแล้ว ธุรกิจที่เกี่ยวกับความรักในวันวาเลนไทน์ มีมูลค่ามหาศาลและเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอย่างที่คาดไม่ถึง

ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการสนับสนุนให้นักการตลาดทั้งหลายที่มีธุรกิจเกี่ยวข้องกับวันวาเลนไทน์ กระตุ้นยอดขายได้ก็คือกระแสของความรัก เนื่องจากบรรดาผู้ที่ให้ความสำคัญกับวันวาเลนไทน์ มักจะใช้เวลาในการที่จะเลือกซื้อสิ่งของเพื่อมอบให้แก่กัน และต้องการมีเวลาที่จะทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกัน เช่น การรับประทานอาหาร ชมภาพยนตร์ จับจ่ายซื้อสินค้า ท่องเที่ยว เป็นต้น

ดังนั้นจึงเป็นโอกาสดีที่บรรดาธุรกิจต่างๆ เริ่มมีการโหมโรงกระตุ้นผู้บริโภคให้มีการจับจ่ายใช้สอยตั้งแต่ช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ บรรดาผู้ประกอบการต่างหวังเม็ดเงินที่จะสะพัดในช่วงเทศกาลวาเลนไทน์มาช่วยให้กิจการกระเตื้องขึ้น

วันวาเลนไทน์ วันแห่งเม็ดเงินสะพัด

เทศกาลวาเลนไทน์นับเป็นโอกาสของการจับจ่ายซื้อของขวัญที่สำคัญ อีกช่วงหนึ่งในระยะต้นปี โดยบรรยากาศการจับจ่ายซื้อของขวัญ เพื่อมอบให้กับคนรักในวันวาเลนไทน์ ส่วนใหญ่มักจะเริ่มคึกคักตั้งแต่วันที่ 10 กุมภาพันธ์ ต่อเนื่องตลอดถึงวันที่ 14 กุมภาพันธ์ ของทุกปี ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของวันวาเลนไทน์คือกลุ่มเยาวชนและกลุ่มที่เพิ่งเริ่มจะเข้าทำงานมีเวลาจับจ่ายเลือกซื้อสินค้าได้มากกว่าวัยทำงาน

ธุรกิจร้านดอกไม้และธุรกิจจำหน่ายดอกไม้สด ซึ่งเป็นของขวัญยอดฮิตในช่วงวันวาเลนไทน์มาโดยตลอดนั้น ยอดการสั่งจองจะเริ่มตั้งแต่วันที่ 10 กุมภาพันธ์เป็นต้นไป แต่สำหรับลูกค้าที่ต้องการความสดใหม่ของดอกไม้ ก็จะไปหาซื้อดอกไม้ที่แหล่งค้าส่งดอกไม้ตั้งแต่ในช่วงเย็นวันที่ 13 กุมภาพันธ์ หรือในช่วงเช้าของวันรุ่งขึ้น

> เทศกาลวาเลนไทน์นับเป็นโอกาสของการจับจ่ายซื้อของขวัญที่สำคัญอีกช่วงหนึ่งในระยะต้นปี

ในปีที่ผ่านมา บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้มีการสำรวจ "พฤติกรรมการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลวาเลนไทน์ปี 2553" ในระหว่างวันที่ 18 - 31 มกราคม 2553 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 485 คน โดยเน้นกลุ่มเยาวชน กลุ่มนิสิตนักศึกษา และกลุ่มผู้ที่เพิ่งจะเริ่มเข้าทำงาน ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 11 - 25 ปี เนื่องจากผลการสำรวจในช่วงหลายปีที่ผ่านมา พบว่ากลุ่มเหล่านี้เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อหลักของเทศกาลนี้

ผลการสำรวจพบว่าปี 2553 มีเม็ดเงินสะพัดเฉพาะในกรุงเทพฯ ช่วงวันวาเลนไทน์ประมาณ 1,020 ล้านบาท

ผลการสำรวจดังกล่าวพบว่าปี 2553 ได้มีเม็ดเงินสะพัดเฉพาะในกรุงเทพฯ ช่วงวันวาเลนไทน์ประมาณ 1,020 ล้านบาท เมื่อเทียบกับในปี 2552 ที่สำคัญ เม็ดเงินสะพัดในกรุงเทพฯ ได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับปี 2552 เนื่องจากว่าวันวาเลนไทน์ในปี 2553 ตรงกับวันอาทิตย์ ซึ่งนับว่าเอื้อต่อโอกาสที่ธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวันวาเลนไทน์ จะสร้างเม็ดเงินสะพัดได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมพิเศษ เช่น การรับประทานอาหาร การชมภาพยนตร์ และการเดินทางซื้อสินค้าต่างๆ ร่วมกัน

ในวันวาเลนไทน์ไม่ว่าราคาดอกกุหลาบจะพุ่งสูงขึ้นอย่างไร ดอกกุหลาบก็เป็นสินค้าอันดับหนึ่งที่จะถูกเลือกซื้อ

ค่าใช้จ่ายประเภทต่างๆ ในช่วงวันวาเลนไทน์ปี 2552 และ 2553

	ปี 2552			ปี 2553		
	เฉลี่ยต่อคน (บาท)	รวม (ล้านบาท)	ร้อยละการเปลี่ยนแปลงเทียบกับปี 2551	เฉลี่ยต่อคน (บาท)	รวม (ล้านบาท)	ร้อยละการเปลี่ยนแปลงเทียบกับปี 2552
ค่าใช้จ่ายซื้อสินค้า						
- ดอกไม้	253	230	5.0	285	270	17.4
- ช็อกโกแลต	290	300	-	292	310	3.3
- อื่นๆ*	230	200	-10.0	224	210	5.0
ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมพิเศษ**	240	210	5.0	270	230	9.5
รวม		940	-3.1		1,020	8.5

ที่มา : บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

หมายเหตุ : * อื่นๆ เช่น สินค้าประเภทกิ๊ฟช็อป ตุ๊กตา กระเป๋า เครื่องประดับ เสื้อผ้า การ์ดอวยพร เป็นต้น

** ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมพิเศษ เช่น การรับประทานอาหาร การส่งภาพหรือข้อความผ่านมือถือ ชมภาพยนตร์ เดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

สินค้ายอดนิยมวันวาเลนไทน์

การเลือกซื้อสินค้าในเทศกาลวาเลนไทน์จะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากเทศกาลอื่นๆ คือ มีความนิยมในการมอบดอกกุหลาบ และการไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ซึ่งการมอบสิ่งที่พิเศษดังกล่าวจึงเป็นค่าใช้จ่ายที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งและหลีกเลี่ยงได้ยาก โดยเฉพาะในช่วงสถานภาพการเป็นคนรัก หรือสำหรับผู้ที่ให้ความสำคัญกับวันวาเลนไทน์

ดังนั้น ในวันวาเลนไทน์ไม่ว่าราคาดอกกุหลาบจะพุ่งสูงขึ้นอย่างไร ดอกกุหลาบก็เป็นสินค้าอันดับหนึ่งที่จะถูกเลือกซื้อ รองลงมาคือ การใช้เวลาร่วมกันในการทำกิจกรรมต่างๆ ในช่วงวันวาเลนไทน์ โดยเฉพาะการรับประทานอาหารนอกบ้าน ช็อปปิ้ง และชมภาพยนตร์

บรรดาผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวันวาเลนไทน์ต่างก็เร่งปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อหาทางกระตุ้นอารมณ์การจับจ่ายใช้สอย เนื่องจากเทศกาลวาเลนไทน์นี้เป็นวันที่ผู้จับจ่ายใช้สอย มักจะใช้อารมณ์ตัดสินใจในการเลือกซื้อ หรือเลือกใช้บริการมากกว่าเหตุผล

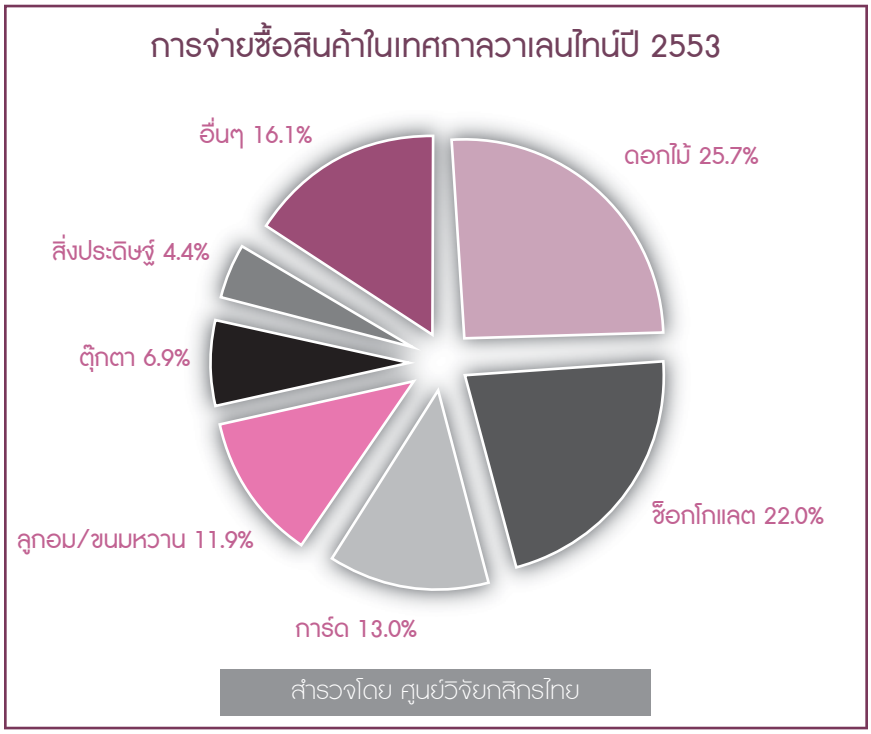
ดังนั้น ถ้าผู้ประกอบการสามารถเข้าใจพฤติกรรมการบริโภคกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ก็จะสามารถทำยอดขายหรือผลกำไรได้เป็นมูลค่าสูงจากเทศกาลนี้จากหลากหลายกิจกรรม ในวันวาเลนไทน์ทำให้มีการจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้าที่หลากหลาย ส่งผลให้เม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจต่างๆ ดังจะกล่าวถึงต่อไปนี้

ค่าใช้จ่ายในช่วงวันวาเลนไทน์แยกเป็น ดังนี้

1. **ค่าใช้จ่ายในการซื้อดอกไม้** ในช่วงวันวาเลนไทน์ดอกกุหลาบนับว่า เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมทุกปี โดยเฉพาะดอกกุหลาบสีแดงและสีขาว ซึ่งถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของวันวาเลนไทน์ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (อายุ 11 - 25 ปี) ส่วนใหญ่ก็ยังให้ความสำคัญที่จะให้ดอกกุหลาบกับคนพิเศษ ทำให้ยอดจำหน่ายดอกกุหลาบในช่วงเทศกาลวันวาเลนไทน์ทุกปี สูงกว่าช่วงปกติประมาณ 10 เท่าตัว ซึ่งทำให้เกิดเม็ดเงินสะพัด ทั้งในธุรกิจร้านจัดดอกไม้ ร้านจำหน่ายดอกไม้สด ไปจนถึงเกษตรกรผู้ปลูกดอกกุหลาบ

2. **ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าอื่นๆ** ไม่รวมดอกไม้ พบว่าคนส่วนใหญ่มักจะเลือกซื้อดอกไม้ มอบให้แก่คนพิเศษเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การมอบช็อกโกแลต การ์ด เลือกซื้อลูกอม ขนมหวาน เลือกซื้อตุ๊กตาประดิษฐ์สิ่งของเอง เป็นลำดับถัดไป และกลุ่มสุดท้าย จะเลือกซื้อสินค้าอื่นๆ เช่น กิ๊ฟช็อป เสื้อผ้า เครื่องประดับ สติ๊กเกอร์ เป็นต้น

ธุรกิจที่เฟื่องฟูในช่วงวันวาเลนไทน์ที่ไม่ควรมองข้าม คือ ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ประดิษฐ์



ธุรกิจที่เฟื่องฟูในช่วงวันวาเลนไทน์ที่ไม่ควรมองข้าม คือ ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ประดิษฐ์ ซึ่งแหล่งใหญ่ในกรุงเทพฯ คือ ย่านพาหุรัด-สำเพ็ง ส่วนแหล่งที่จะหาซื้อของประดิษฐ์ด้วยมือแหล่งใหญ่ในกรุงเทพฯ คือ ตลาดนัดสวนจตุจักร ดังนั้น ในช่วงก่อนถึงวันวาเลนไทน์ของทุกปี ทั้งสองแหล่งนี้จะมีผู้คนไปเลือกหาซื้อของ เพื่อมอบให้คนรักเนื่องในวันวาเลนไทน์มากเป็นพิเศษ

3. **ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมพิเศษอื่นๆ** นอกจากการซื้อสินค้าเพื่อมอบให้แก่กันในช่วงวันวาเลนไทน์แล้ว การทำกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ร่วมกันก็เป็นที่นิยมเช่นกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะพบว่ากิจกรรมพิเศษยอดนิยมในช่วงวันวาเลนไทน์ อันดับหนึ่ง คือ การส่งข้อความผ่านมือถือและอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ ชมภาพยนตร์ การรับประทานอาหารนอกบ้าน การโทรศัพท์คุยกันเป็นกรณีพิเศษ และการไปซื้อของด้วยกัน

โอกาสสินค้าในช่วงวาเลนไทน์

วันวาเลนไทน์ มักจะเป็นวันที่ผู้คนในสังคมไทย มักออกมาแสดงความคิดเห็นว่าเป็นเทศกาลที่เหมาะสมกับประเทศไทยหรือไม่ แต่ในอีกมุมมองหนึ่ง วันวาเลนไทน์ก็เป็นอีกวันหนึ่งที่บรรดาหลายธุรกิจต่างเฝ้ารอคอยด้วยความหวังว่าเทศกาลนี้จะมาช่วยกระตุ้นยอดจำหน่ายสินค้าและบริการ เช่น ในปี 2553 ซึ่งเป็นปีที่เศรษฐกิจของไทยอยู่ในช่วงฟื้นตัว จากการสำรวจพบว่า มีเงินสะพัดทั่วกรุงเทพฯ ในช่วงวันวาเลนไทน์สูงถึง 1,020 ล้านบาท

ดังนั้น หากเรามองในแง่ของธุรกิจการลงทุน วันวาเทนไทน์ก็เป็นอีกโอกาสหนึ่งของนักธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่จะพลาดไม่ได้ และหากพิจารณาถึงตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดใหญ่ในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น หรือจีน ที่มีการตื่นตัวในกระแสของวันวาเลนไทน์มากกว่าประเทศไทย ก็อาจจะเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่ใช้เป็นลู่ทางสำหรับการส่งออกสินค้าไทยได้ เช่น ดอกกุหลาบ หรือสินค้าประดิษฐ์ด้วยมือ ซึ่งเหมาะสมกับผู้ประกอบการขนาดเล็ก หรือ SMEs ก็เป็นได้

ขอขอบคุณ ข้อมูลวิจัยจากบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

วันวาเลนไทน์ มักจะเป็นวันที่ผู้คนในสังคมไทย
มักออกมาแสดงความคิดเห็นว่า
เป็นเทศกาลที่เหมาะสมกับประเทศไทยหรือไม่
แต่ในอีกมุมมองหนึ่ง ก็เป็นอีกวันหนึ่ง
ที่บรรดาหลายธุรกิจ ต่างเฝ้ารอคอยด้วยความหวัง

การท่องเที่ยวแนวใหม่

ส่งเสริมให้คู่บ่าวสาวอินเดียแต่งในไทย

ต้อนรับเทศกาลแห่งความรักในเดือนกุมภาพันธ์นี้ ขอแนะนำการส่งเสริมการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เกี่ยวข้องกับความรัก นั่นคือการส่งเสริมให้คู่บ่าวสาวจากประเทศอินเดีย เข้ามาจัดพิธีแต่งงานในประเทศไทย ซึ่งนับเป็นกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมาก และกำลังได้รับความนิยมในหมู่คู่แต่งงานชาวอินเดียที่มีฐานะระดับเศรษฐี

คุณภาสกร สุพรรณพันธุ์ ผู้อำนวยการกองตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้ ฝ่ายภูมิภาคอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้เกียรติมาเล่าถึงกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ในการดึงดูดให้คนอินเดียมาเที่ยวเมืองไทย และจัดงานแต่งงานในเมืองไทย

ภาวะการท่องเที่ยวจากอินเดียในปี 2553

ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวจากอินเดียเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 791,185 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่มีนักท่องเที่ยวจากอินเดียประมาณ 614,566 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 28 ซึ่งนับว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจมาก เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ซึ่งถ้าดูจากสถิติในปีที่ผ่านมาเป็นชาวมาเลเซียที่มีดินแดนติดกับไทย จึงทำให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวในไทยมากที่สุด 1,962,629 คน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากจีน 1,127,803 อันดับ 3 ได้แก่ ญี่ปุ่น 984,763 คน อันดับ 4 ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร และเกาหลี ที่มีจำนวนใกล้เคียงกันคือประเทศละ 810,000 คน และอันดับ 5 ได้แก่ อินเดีย

ตลาดอินเดียนับว่าเราประสบความสำเร็จอย่างสูง จากที่ ททท. ได้เปิดสำนักงานขึ้นที่กรุงนิวเดลี เริ่มเข้าไปทำตลาดอย่างจริงจังเมื่อ 7 ปีที่แล้ว ทำให้มีนักท่องเที่ยวจากอินเดียเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงได้เปิดสำนักงานเพิ่มอีกแห่ง ที่นครมุมไบเมื่อเดือนพฤศจิกายน ปีที่ผ่านมา

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้สำหรับอินเดีย จะแบ่งออกเป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

- **กลุ่มตลาดชั้นสูงระดับ Celebrity และผู้สร้างภาพยนตร์** โดยเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ หรือถ่ายทำโฆษณาในประเทศไทย ซึ่งในปีที่ผ่านมาแม้ว่าจะเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง แต่ก็มีนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เข้ามาอย่างสม่ำเสมอประมาณ 50 กว่าราย

คุณภาสกร สุพรรณพันธุ์ ผู้อำนวยการกองตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้ ฝ่ายภูมิภาคอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

โดยจะนิยมมาถ่ายทำในสถานที่หรือจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชื่อดัง ได้แก่ กรุงเทพฯ สมุย หัวหิน กระบี่ ภูเก็ต เชียงใหม่ ส่วนกลุ่ม Celebrity ที่เข้ามาในไทยทั้งที่มาท่องเที่ยวเอง หรือมาถ่ายทำภาพยนตร์ ก็มีผลให้คนอินเดียที่นิยมมาเที่ยว ตามรอยดาราหรือผู้มีชื่อเสียง

- **กลุ่มตลาดนักเล่นกอล์ฟ** การที่เราสนใจกลุ่มเป้าหมายนี้ ก็เพราะอินเดียมีประชากร 1,100 ล้านคน เป็นอภิมหาเศรษฐีประมาณ 100 ล้านคน เป็นมหาเศรษฐีประมาณ 300 ล้านคน นอกนั้นก็คือคนชั้นกลาง กีฬากอล์ฟเป็นกีฬาของคนชั้นมหาเศรษฐีขึ้นไป ซึ่งรวมกันก็ประมาณ 400 ล้านคน โดยที่อินเดียค่าสนามกอล์ฟค่อนข้างแพง และการบริการต่างๆ ก็ไม่ค่อยดี เช่น ไม่มีเจ้าหน้าที่แบกถุงกอล์ฟ คนมาใช้บริการต้องแบกเอง ซึ่งตรงข้ามกับประเทศไทย ที่สนามกอล์ฟมาตรฐานระดับโลกมีให้เลือกมากมาย มีการบริการอย่างดีเยี่ยม เช่น ลูกค้าของสนามกอล์ฟ 1 คน จะมีทั้งเจ้าหน้าที่แบกถุงกอล์ฟ คนจดคะแนน คนคอยบริการน้ำ ซึ่งเป็นจุดขายที่เป็นจุดแข็งของสนามกอล์ฟของไทย และสามารถดึงดูดคนอินเดียเข้ามาท่องเที่ยวได้
- **กลุ่มที่ให้การสนับสนุนการจัดประชุมประจำปีของสมาชิกบริษัทชั้นนำในอินเดีย** เป็นการทำตลาดในส่วนของผู้ประกอบการ อาทิ สมาพันธ์บริษัทนำเที่ยวแห่งอินเดีย (Travel Agent Federation of India: TAFI) ซึ่งเป็นผู้นำด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและมีอิทธิพลต่อทิศทางการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จัดการประชุมขึ้นเมื่อวันที่ 22 - 25 ตุลาคม 2552 ณ โรงแรมแชงกรีล่า จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้เข้าร่วมประชุมกว่า 700 คน อีกหน่วยงานหนึ่งคือสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแห่งอินเดีย (Travel Agent Association of India: TAAI) ซึ่งเป็นสมาคมที่มีอิทธิพลในการแนะนำ ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศ ให้แก่สมาชิก ซึ่งได้เข้ามาจัดประชุมในไทยมากถึง 1,300 คน โดย ททท. ได้อำนวยความสะดวกทั้งด้านการต้อนรับ การจัดรถรับส่งเดินทาง การจัดทำของที่ระลึก การจัดเลี้ยงต้อนรับ และการจัดรายการนำเที่ยวให้แก่คณะ และในช่วงเดียวกันก็มีการจัดประชุมของกลุ่ม EAI

- **สำหรับกลุ่มสุดท้ายของกลยุทธ์ในการทำตลาดในอินเดีย ก็คือกลุ่มตลาด Wedding** ซึ่งตอนแรกผู้ประกอบการไทยเห็นว่าเป็นเพียงแค่กระแสช่วงหนึ่งเท่านั้น แต่เมื่อ ททท. ไปทำตลาดอย่างจริงจัง รวมทั้งได้ไปทำ Road Show กับกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจด้านนี้ ก็เริ่มเห็นศักยภาพของตลาดการจัดงานแต่งงานว่าเป็นตลาดที่มีอนาคต

ความสำเร็จของการเจาะตลาด Wedding ในช่วงที่ผ่านมา

จุดเริ่มต้นของการทำกลยุทธ์ตลาดแต่งงานของชาวอินเดียคือ ททท. เริ่มจากการเข้าไปศึกษาก่อนว่า ชาวอินเดียเข้ามาทำอะไรในประเทศไทยบ้าง ซึ่งก็พบว่านอกจากจะมีกลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มประชุมสัมมนาแล้ว ก็ยังมีกลุ่มคู่บ่าว - สาวที่เข้ามาจัดงานแต่งงานในประเทศไทย

ปลายปี 2553 ถึงต้นปี 2554
มีคู่แต่งงานอินเดียที่ติดต่อผ่าน ททท.
มาจัดงานแต่งงานที่ไทยแล้ว 9 คู่
มีผู้มาร่วมงานเดินทางจากอินเดียกว่า 4,000 คน
สร้างรายได้เข้าประเทศประมาณ 100 ล้านบาท

ในช่วงปลายปี 2553 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2554 มีคู่แต่งงานชาวอินเดีย ที่มีความสนใจจะจัดงานแต่งงานในประเทศไทย ได้ติดต่อผ่านสำนักงาน ททท. ที่อินเดีย มาแล้ว 9 คู่ ซึ่งจากการประมาณการของเรา ทั้ง 9 คู่ จะมีผู้มาร่วมงานที่เดินทางมาจากอินเดียประมาณ 4,000 คน สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยประมาณ 100 ล้านบาท โดยคำนวณจากค่าใช้จ่ายสำหรับคนที่เดินทางมาร่วมงานต่อคนจะใช้ประมาณ 4,500 บาทต่อคนต่อวัน และมีระยะเวลาพำนัก 6 วัน ซึ่งรายได้ที่เกิดขึ้นนี้ยังไม่รวมคู่แต่งงานที่เข้ามาเอง หรือผ่านบริษัททัวร์ โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะจัดเป็นกลุ่มคนอินเดียในตลาดบนซึ่งมีฐานะที่ดีมากระดับมหาเศรษฐี

การที่คนอินเดียมีความนิยมจัดงานแต่งงานในไทย เพราะด้วยราคาที่เท่ากัน ถ้าจัดในอินเดียจะจัดได้แค่ 3 วัน แต่ถ้ามาจัดในไทย สามารถจัดได้ถึง 5 วัน

การที่คนอินเดียมีความนิยมเข้ามาจัดงานแต่งงานในประเทศไทยคือ ด้วยราคาที่เท่ากันกับที่จัดที่อินเดีย แต่เจ้าบ่าว - เจ้าสาวสามารถเชิญแขกมาร่วมงานแต่งได้ 200 กว่าคน หรือในงบประมาณที่เท่ากันเขาจัดในอินเดียได้แค่ 3 วันแต่ถ้ามาจัดในไทยสามารถได้ถึง 5 วัน และยังได้ท่องเที่ยวไปในตัวด้วย ทั้งตัวเจ้าบ่าว - เจ้าสาว และแขกที่มาร่วมงาน

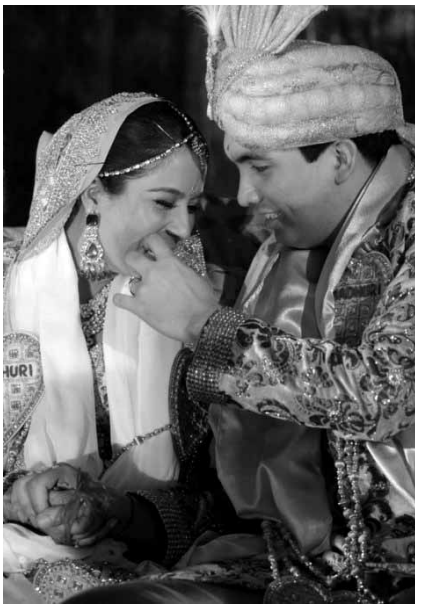
สไตล์การจัดงานแต่งงานของคนอินเดียต้องการพื้นที่กว้างขวาง ต้องการโรงแรมที่มีสวนขนาดใหญ่ มีฉากหลังเป็นภูเขาสามารถวิ่งโพสต์ท่าถ่ายรูปได้เหมือนในภาพยนตร์ของอินเดีย หรือจัดงานแต่งงานริมทะเล และต้องจัดสถานที่ให้เป็นสไตล์อินเดีย คือ จำลองรูปแบบสถานที่ในอินเดียมาตั้งอยู่ในงาน ซึ่งคนไทยก็มีความสามารถที่จะทำอย่างที่เขาต้องการได้ ก็เลยเป็นสิ่งที่คนอินเดียพอใจ โรงแรมบางแห่งยังสามารถสร้างความประทับใจเพิ่มขึ้นไปอีก ด้วยการจัดช้างมาแห่ขบวนเจ้าบ่าว - เจ้าสาว

ในเรื่องการจัดเลี้ยงก็เช่นกัน วัฒนธรรมการกินเลี้ยงของคนอินเดียนั้น จะรับประทานอาหารกันค่อนข้างดึกประมาณ 4 ทุ่มถึงตี 3 และก็จะต้องอลังการเช่นเดียวกัน โดยเขาจะส่งคณะจัดงานมาล่วงหน้าก่อน ได้แก่ พ่อครัว คนจัดดอกไม้ นักดนตรี พนักงานขนสัมภาระ เรียกได้ว่าเขาจะเตรียมทุกอย่างมาเอง บางครั้งคณะเตรียมการที่มาก่อนมีมากถึง 70 - 80 คน โดยในส่วนของสถานที่จัดงาน ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นโรงแรมมีหน้าที่ให้บริการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่เป็นหลักเท่านั้น สำหรับการเดินทางพาแขกมาร่วมงาน จะเช่าเครื่องบินแบบเหมาลำมายังประเทศไทย

ในส่วนของ ททท. เราก็จะให้การสนับสนุนคู่บ่าว - สาวที่ติดต่อผ่านสำนักงานทั้งที่นิวเดลี และมุมไบ ในการอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น การจัดของชำร่วยให้กับแขกที่มาร่วมงาน การสร้างความประทับใจเป็นพิเศษให้แก่คู่บ่าว - สาว เช่น จัดขบวนกลองยาว จัดช้างให้คู่บ่าว - สาว ซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างกับการไปจัดงานประเทศอื่นๆ และสร้างความประทับใจ นอกจากนี้เขาก็ยังรู้สึกภูมิใจ ที่มีหน่วยงานจากภาครัฐอย่าง ททท. ให้การสนับสนุนงานแต่งงานของเขาอีกด้วย

อย่างไรก็ดี การจัดงานแต่งงานในประเทศไทยมีปัญหาที่ได้รับการร้องเรียนมา คือ แขกที่มาร่วมงานซึ่งส่วนใหญ่มีฐานะดี เวลาที่มางานในประเทศไทย ก็จะนำเครื่องประดับเพชรพลอยมาแต่งประชันกัน พอถึงเวลาที่เดินทางกลับ ก็มักจะถูก

สไตล์การจัดงานแต่งงานของคนอินเดีย ต้องการพื้นที่กว้างขวาง โรงแรมที่มีสวนขนาดใหญ่ มีฉากหลังเป็นภูเขาสามารถวิ่งโพสต์ท่าถ่ายรูปได้ เหมือนในภาพยนตร์ของอินเดีย



ตรวจสอบที่ด่านศุลกากร เนื่องจากถูกสงสัยว่าเครื่องประดับที่นำเข้ามานั้น มีการนำกลับออกไปครบตามจำนวนหรือไม่ เนื่องจากกรมศุลกากรเกรงว่า จะมีการลักลอบนำเข้ามาขายในประเทศไทย ซึ่ง ททท. ต้องช่วยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้กับทางคณะที่เดินทางมาด้วย

มุมมองของนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีต่อประเทศไทย

ในมุมมองภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาคนอินเดียเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้คนอินเดียให้ความสนใจประเทศไทยมากกว่าตลาดในแถบยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งประเทศไทยจะถูกกว่า ทั้งสายการบินและโรงแรม ที่มีราคาพิเศษออกมาส่งเสริมการขายอยู่ตลอด โดยรวมแล้วค่าใช้จ่าย

ในประเทศไทย มีราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับคุณภาพ อย่างเช่น โรงแรมที่อินเดียค่าที่พัก 1 คืนประมาณ 1 หมื่นบาท ซึ่งถ้าเทียบกับกรุงเทพฯ ราคา 1 หมื่นบาท ก็จะได้โรงแรมระดับหรูเลยทีเดียว รวมทั้งการขอวีซ่าก็ง่ายสามารถขอวีซ่า on arrival ได้เมื่อเดินทางเข้ามาถึงประเทศไทย

สำหรับตลาดอินเดียจะหมายรวมถึงบังกลาเทศ ปากีสถาน เนปาล และศรีลังกา ซึ่งมีแนวโน้มจะโตขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะสามปีให้หลังมานี้ ซึ่งนอกจากการที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และทำกิจกรรมต่างๆ ทั้ง การแต่งงาน ตีกอล์ฟ จัดประชุมแล้ว ขณะนี้ยังมีอีกกลุ่มหนึ่งที่เข้ามาเพื่อการตรวจรักษาทางการแพทย์ ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เพราะเขามองว่าแทนที่เขาจะไปรักษาที่ประเทศอังกฤษ ก็เข้ามารักษาที่บ้านเราแทน ซึ่งมีมาตรฐานเทียบเท่ากับการรักษาในประเทศพัฒนาแล้ว แต่มีการบริการที่ดีและราคาที่ถูกกว่า

ตลาดอินเดียมีแนวโน้มจะโตขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะขณะนี้ยังมีอีกกลุ่มหนึ่งที่เข้ามาเพื่อการตรวจรักษาทางการแพทย์

สำหรับในปี 2554 คาดว่านักท่องเที่ยวจากตลาดอินเดียจะเพิ่มขึ้นอีกประมาณร้อยละ 25 เนื่องจากตอนนี้ ททท. มีสำนักงานในอินเดียเพิ่มอีก 1 แห่ง ซึ่งคาดว่าทำให้นักท่องเที่ยวจากอินเดีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา แต่ก็ต้องดูสถานการณ์ในประเทศเราด้วย แม้ว่าที่ผ่านมานักท่องเที่ยวอินเดียจะเข้าใจสถานการณ์บ้านเรา แต่ว่าหากเกิด

คนอินเดียมีนิสัยเป็นนักต่อรอง เวลาจะทำธุรกิจร่วมกัน จะมีการต่อรองอย่างมาก ดังนั้นการทำธุรกิจกับคนอินเดียจะต้องใช้ความอดทน แต่สิ่งที่ได้รับนั้น ก็นับว่าคุ้มค่า

เหตุการณ์ไม่ปกติขึ้นอีก ก็จะทำให้การท่องเที่ยวในบ้านเราสะดุดไป เช่น หากนักท่องเที่ยววางแผนไว้ว่าจะมาเดือนนี้ ถ้าเกิดมีปัญหาในประเทศ เขาก็ต้องเลื่อนการเดินทางออกไป หรือถ้าหากมีการปิดสนามบินอีก ก็คงส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวอย่างแน่นอน

ขณะนี้มี 2 ชาติในเอเชียที่ยังไม่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลก คือ จีนและอินเดีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี ดังนั้นจึงเป็นตลาดที่ใครได้ไปก็จะสามารถสานต่อได้ในระยะยาว

อย่างไรก็ดีคนอินเดียมีนิสัยเป็นนักต่อรอง เวลาจะทำธุรกิจร่วมกันจะมีการต่อรองอย่างมาก ดังนั้นการทำธุรกิจกับคนอินเดียจะต้องใช้ความอดทน แต่สิ่งที่ได้รับนั้น ก็นับว่าคุ้มค่า

อัญมณี... อุตสาหกรรมแห่งความรัก กับโอกาสเติบโต

ไม่ว่าสาวคนไหนก็ใจละลายทั้งนั้น ถ้ามีชายหนุ่มซื้อเครื่องประดับเพชรพลอยให้เป็นของขวัญ โดยเฉพาะในโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น วันครบรอบแต่งงาน หรือวันวาเลนไทน์ ยิ่งถ้าเป็นเครื่อง-ประดับที่สื่อความหมายถึง ความรัก บริสุทธิ์ และรักนิรันดร์แล้วละก็จะโดนใจมากๆ อัญมณีแต่ละชนิดนอกจากจะให้ความสวยงามแล้ว ยังมีคุณสมบัติที่ดี ในการส่งเสริมและนำโชค ในด้านความรัก และความสุขอีกด้วย

ในช่วงปีที่ผ่านมาภาวะวิกฤติเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และยุโรป ทำให้ผู้บริโภคต้องประหยัดการใช้จ่ายลง โดยมีทั้งกลุ่มที่ชะลอการซื้อหรือไม่ซื้อเลย ประกอบกับการปรับตัวของราคาทองคำและเงิน ในช่วงครึ่งแรกปี 2552 ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่นำเข้าหลักในการผลิตสินค้าเครื่องประดับ อัญมณี ต่างปรับราคาเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและผันผวนอย่างรุนแรง ทำให้ต้นทุนการผลิตเครื่องประดับของไทยสูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม ภาครัฐบาลเองก็ได้ให้การสนับสนุน ส่งเสริมมากขึ้นด้วยการยกเลิกการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ของพลอยดิบนำเข้าจากต่างประเทศ เหลือเพียงการเก็บภาษีหักณ ที่จ่ายที่ระดับร้อยละ 1 เท่านั้น ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการต่ำลง และมีโอกาสในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ภาครัฐก็ได้พยายามเปิดหาตลาดใหม่ๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

> ภาครัฐบาลเองก็ได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมมากขึ้นด้วยการยกเลิกการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มของพลอยดิบนำเข้าจากต่างประเทศ

ภาพรวมการผลิต

ภาพรวมการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในปี 2553 เมื่อเทียบกับปี 2552 ลดลงร้อยละ 1.94 ด้านการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในปี 2553 จะมีการขยายตัวร้อยละ 17.37 โดยตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ สวิตเซอร์แลนด์ ฮ่องกง และออสเตรเลีย ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากการส่งออกทองคำยังไม่ขึ้นรูป ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น

แนวโน้มการผลิต ในปี 2554 คาดว่าการผลิตจะขยายตัว ซึ่งจะเป็นไปตามการส่งออกที่คาดว่าจะขยายตัว

ด้านการส่งออก ในปี 2554 มีปัจจัยบวก คือ ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวได้ระดับหนึ่ง ส่งผลให้ความต้องการใช้พลังงานเพิ่มขึ้น แนวโน้มราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกจึงปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งจะมีผลทำให้ราคาทองคำเพิ่มสูงขึ้น ทำให้การส่งออกทองคำยังไม่ขึ้นรูปเพิ่มขึ้น ปัจจัยลบ คือ ค่าเงินบาทที่คาดว่าจะแข็งค่าต่อเนื่องจากปีก่อน ซึ่งส่งผลต่อราคาสินค้า อัญมณีและเครื่องประดับในสายตาต่างชาติที่จะสูงขึ้น

จากปัจจัยบวกและปัจจัยลบดังที่กล่าวมานั้น ปัจจัยบวกจะมีผลด้านดีมากกว่า จึงคาดว่าการส่งออกในปี 2554 จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยจะขยายตัวประมาณร้อยละ 8

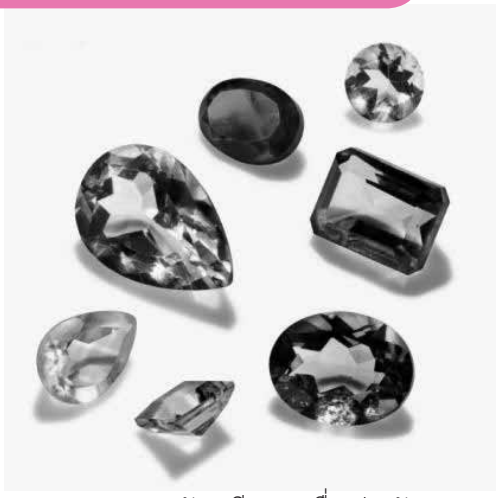
ปัจจัยบวก คือ ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวได้ระดับหนึ่ง ปัจจัยลบ คือ ค่าเงินบาทที่คาดว่าจะแข็งค่าต่อเนื่องจากปีก่อน

อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่เน้นผลิตเพื่อการส่งออก โดยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2553 ส่งออก 355,190 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 3 ของสินค้าส่งออกสำคัญของไทย

ไทยยังเป็นตลาดระดับกลางและล่าง

ปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทยยังคงอยู่ในตลาดระดับกลางและล่าง ส่งผลให้มีประเทศคู่แข่งที่กำลังพัฒนาอุตสาหกรรมประเภทนี้ ซึ่งมีประมาณ 20 ประเทศ เช่น อินเดีย เวียดนาม จีน สามารถผลิตสินค้าเข้ามาแข่งขันกับไทยได้ง่าย โดยอาศัยปัจจัยค่าแรงต่ำกว่า และปัญหาที่ส่งผลกระทบสำคัญ คือ ระดับเทคโนโลยีการผลิตที่ส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับต่ำ ทำให้คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับสินค้าในตลาดโลก ซึ่งขีดจำกัดนี้ได้ส่งผลให้รูปแบบสินค้าของไทย ไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเต็มที่ด้วย

เครื่องประดับและอัญมณีของประเทศไทย มีตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรก คือ สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง เดนมาร์ก อังกฤษ และออสเตรเลีย ผู้ผลิตอัญมณีอันดับหนึ่งของโลก ได้แก่ บริษัท Richemont รองลงมาได้แก่ Tiffany&Co, Swatch group และ Pandora ตามลำดับ



อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับในประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่เน้นผลิตเพื่อการส่งออก โดยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2553 มีมูลค่าการส่งออก 355,190 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 3 ของสินค้าส่งออกสำคัญของไทย ส่วนการนำเข้ามีประมาณ 317,688 ล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานประมาณ 1.3 ล้านคน

อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมสะอาด ไม่ก่อมลภาวะ ลักษณะสินค้ามีความละเอียด อ่อนช้อย เหมาะกับนิสัยคนไทย ทำให้ผลิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ และที่สำคัญประการหนึ่งคือ แรงงานที่เข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ จะถูกฝึกฝนให้เป็นแรงงานฝีมือ

ปัจจุบันช่างฝีมือในสาขาอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เห็นได้ชัดจากช่างของไทยที่ไปแข่งขันในระดับฝีมือโอลิมปิก และได้รับรางวัลกลับมาอย่างสม่ำเสมอทุกๆ ปี

แนวทางที่จะรักษาตลาดเดิมไว้ได้ คือ ลดต้นทุนการผลิต พัฒนาเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพ

โครงสร้างสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับไทย ที่ส่งไปจำหน่ายต่างประเทศ จำแนกเป็น 3 กลุ่ม คือ เพชรร้อยละ 40 พลอยร้อยละ 20 เครื่องประดับร้อยละ 40 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 5 ของส่วนแบ่งในตลาดโลกเท่านั้น ขณะที่ประเทศต่างๆ ประมาณ 20 ประเทศ กำลังเร่งพัฒนาศักยภาพการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของตนให้มีความเข้มแข็ง เนื่องจากเล็งเห็นว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและใช้แรงงานฝีมือเป็นหลักในการผลิต ไม่ต้องลงทุนด้านเครื่องจักรที่ใช้เทคโนโลยีมากนัก แต่มีตลาดการค้าขนาดใหญ่ ทำให้คาดหมายได้ว่าการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้จะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น แนวทางที่จะรักษาตลาดเดิมไว้ได้ คือ การพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนการผลิตสินค้าของไทย ให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ดีขึ้น ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพ

อัญมณีและเครื่องประดับ

จำแนกเป็นสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์สำคัญ ดังนี้

1. **อุตสาหกรรมอัญมณี** (Gem)

1.1 **พลอย** เป็นอุตสาหกรรมเก่าแก่ของวงการ มีการใช้เทคโนโลยีแบบพื้นบ้าน อุตสาหกรรมนี้ได้สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยอย่างมาก จนได้รับการยกย่องจากทั่วโลกว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งเจียระไนพลอยที่ดีที่สุด

1.2 **เพชร** เป็นอุตสาหกรรมเกิดใหม่ของประเทศ ประมาณ 20 กว่าปีที่ผ่านมา เป็นอุตสาหกรรมสมัยใหม่ เครื่องมือเครื่องจักรและเทคโนโลยีส่วนใหญ่มักนำเข้าจากต่างประเทศ แต่มีการพัฒนาฝีมือที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยด้วยการเจียระไนแบบ Bangkok cut

1.3 **ไข่มุก** เป็นอุตสาหกรรมที่มีปริมาณการผลิต และการจำหน่ายค่อนข้างน้อย และปริมาณการส่งออกลดลงทุกปี

2. **อุตสาหกรรมเครื่องประดับ** (Jewelry)

เป็นอุตสาหกรรมขั้นสุดท้ายของอุตสาหกรรมนี้ กระบวนการผลิตจะเป็นการทำตัวเรือนเครื่องประดับขึ้นจากโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน ทองคำขาว และนำอัญมณีชนิดต่างๆ ที่ได้จากการเจียระไนมาประกอบ เป็นเครื่องประดับสำเร็จรูปออกจำหน่าย ซึ่งอุตสาหกรรมนี้จะมีรูปแบบสินค้ามากมาย เช่น เครื่องประดับทองคำ เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับจากโลหะอื่นๆ

2.1 **เครื่องประดับเทียม** (Custom Jewelry) มีโครงสร้างการผลิตคล้ายคลึงกับการผลิตเครื่องประดับแท้ เพียงแต่ใช้วัตถุดิบที่ไม่มีค่ามากเท่านั้น เช่น ใช้ทองเหลือง ดีบุก มาทำเป็นตัวเรือน จากนั้นนำไปชุบเคลือบผิวด้วยทองคำ เงิน หรือทองคำขาว แล้วแต่ความต้องการของตลาด อัญมณีที่ใช้เป็น เพชร พลอยหรือมุก สังเคราะห์ ลักษณะพิเศษของอุตสาหกรรมนี้ คือ รูปแบบของสินค้าจะมีความหลากหลายมาก

2.2 **เครื่องประดับแท้**

(1) **เครื่องประดับทองคำ** มีลักษณะการผลิตคล้ายกับการทำเครื่องประดับทั่วไป แต่ไม่มีการนำเพชร พลอย มาประดับ จะมีแต่โลหะทองคำเป็นส่วนประกอบของเครื่องประดับเท่านั้น มีประเทศอิตาลี ครองอันดับ 1 ในการส่งออกมาเป็นระยะเวลานาน ประเทศไทย

แม้มีการผลิตเครื่องประดับทองคำมาเป็นเวลานานแล้ว แต่ยังไม่ได้มีการพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรมส่งออก เพื่อนำเงินตราเข้าประเทศอย่างชัดเจน การผลิตแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

(1.1) **กลุ่มเครื่องประดับของคนจีน** เป็นอุตสาหกรรมที่มีมานาน มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เป็นแบบที่ชาวจีนนำเข้ามาในประเทศไทย มีการจำหน่ายในร้านขายทองที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ มีมูลค่าการผลิต และการจำหน่ายสูงที่สุดในอุตสาหกรรมประเภทนี้ ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดในประเทศ ไม่มีการส่งออกที่ชัดเจน มีบางส่วนที่ติดตัวนักท่องเที่ยวออกไป

(1.2) **กลุ่มเครื่องประดับทองคำโบราณ** เป็นอุตสาหกรรมที่เริ่มทำกันอย่างจริงจัง เมื่อเกือบ 20 ปีมานี้ แหล่งผลิตสำคัญอยู่ที่จังหวัดสุโขทัยและเพชรบุรี เป็นการนำเอารูปแบบของเครื่องประดับทองคำโบราณ มาพัฒนาให้เหมาะสมกับตลาดปัจจุบัน เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยชัดเจน แต่มีราคาค่อนข้างสูง เพราะในการผลิตต้องใช้ทองคำจำนวนมาก การจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก และอยู่ในวงแคบๆ เท่านั้น

กลุ่มเครื่องประดับทองคำแฟชั่นสมัยใหม่ เป็นอุตสาหกรรมที่เพิ่งเกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อไม่นานมานี้ ยังไม่มีการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศอย่างจริงจัง

(1.3) **กลุ่มเครื่องประดับทองคำแฟชั่นสมัยใหม่** เป็นอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อไม่นานมานี้ ปัจจุบันมีผู้ผลิตไม่เกิน 10 ราย ยังไม่มีการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศอย่างจริงจัง และยังต้องมีการพัฒนารูปแบบและเทคโนโลยีการผลิตที่ก้าวหน้า เพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) **เครื่องประดับเงิน** เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่วัตถุดิบ ซึ่งเกิดจากฝีมือคนไทยทั้งด้านการออกแบบ การวางตำแหน่งเป็นงานสร้างสรรค์ (Creative work) และการเลือกวัสดุ ทำให้เป็นงานฝีมือของคนไทย ทั้งการผลิตเพื่อการส่งออกและการจ้างงาน

(3) **เครื่องประดับจากโลหะมีค่าอื่นๆ** เช่น แพลทตินัม การผลิตและการจำหน่ายยังอยู่ในวงจำกัดยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก

(4) **ทองคำยังไม่ได้ขึ้นรูป** นำไปแปรรูปเป็นเครื่องประดับสำเร็จรูปอีกขั้นตอนหนึ่ง

(5) **โลหะมีค่า** และของที่หุ้มห่อด้วยโลหะมีค่า

โอกาสในเชิงการแข่งขัน

อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทย มีความหลากหลายในสินค้าที่ผลิตครอบคลุมกลุ่มสินค้าต่างๆ ของอุตสาหกรรมนี้เกือบทั้งหมด เพียงแต่สินค้าบางประเภทยังไม่มีศักยภาพที่จะแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้เท่านั้น

แนวทางที่จะพัฒนาให้อุตสาหกรรมนี้เติบโต จนไทยกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตแห่งหนึ่งของโลก จึงยังมีลู่ทางจะดำเนินการได้ เนื่องจากมีมูลค่าเพียงร้อยละ 5 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับของตลาดโลกที่มีมูลค่ามากกว่า 7 ล้านล้านบาท โดยมีอิตาลีเป็นผู้นำด้านการตลาดของอุตสาหกรรมนี้ คือ มีมูลค่าการส่งออกประมาณร้อยละ 30 ของตลาดโลก ดังนั้นจึงยังมีลู่ทางการตลาดอีกมากที่ไทยจะขยายมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมนี้ให้เพิ่มสูงขึ้น

เมื่อพิจารณาถึงแนวทางที่จะพัฒนาคุณภาพสินค้าของไทย พบว่าเงื่อนไขสำคัญที่จะเพิ่มคุณภาพสินค้า คือ การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น ลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต คุณภาพของสินค้าที่ดี ย่อมทำให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นตามมา

แนวทางที่จะพัฒนาให้อุตสาหกรรมนี้เติบโต จนไทยกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตแห่งหนึ่งของโลก จึงยังมีลู่ทางจะดำเนินการได้ เนื่องจากมีมูลค่าเพียงร้อยละ 5 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับของตลาดโลกที่มีมูลค่ามากกว่า 7 ล้านล้านบาท

อุตสาหกรรมอัญมณี
และเครื่องประดับ
ให้การส่งเสริมประเภท 3.7
โดยเป็นส่วนหนึ่งของ
อุตสาหกรรมเป้าหมาย
ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น

ปัจจุบันยังมี SMEs รวมถึงผู้รับจ้างผลิตและประกอบ (Sub-contract) จำนวนมาก ซึ่งยังใช้การผลิตแบบดั้งเดิม การพัฒนาทางเทคโนโลยีมีน้อย ยกเว้นโรงงานขนาดใหญ่บางแห่ง ที่มีการนำเข้าเครื่องจักรและเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้ในการผลิต แต่ก็ประสบปัญหาการใช้งาน การบำรุงรักษา ทำให้เครื่องจักรที่นำเข้ามา ยังไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มประสิทธิภาพ

นอกจากนี้การพัฒนารูปแบบของสินค้าที่มีความเป็นสากล ตรงกับความต้องการของลูกค้าก็นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะทำให้การขยายตลาดของไทยมีโอกาสมากขึ้น

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่นักลงทุนชาวต่างชาติให้ความสนใจมาลงทุน เนื่องจากมีความได้เปรียบในด้านการออกแบบ ฝีมือแรงงานที่ค่อนข้างประณีต และค่าแรงที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ จะเห็นว่าแบรนด์ดังๆ ระดับโลก เช่น แพนดอร่า ชวารอฟสกี้ โรเบอร์โต้ คอยน์ และฮาเล่ย์ เดวิดสัน เป็นต้น ได้ให้ความสำคัญในการใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตที่สำคัญ หรือแม้กระทั่งนักลงทุนไทยเองก็มีความพยายามในการสร้างแบรนด์ของตัวเองให้เป็นที่รู้จักในระดับสากลเพิ่มขึ้น

อุตสาหกรรมเป้าหมายในกลุ่มสินค้าแฟชั่น

บีโอไอได้เปิดประเภทให้การส่งเสริมในอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ โดยปัจจุบันให้การส่งเสริมได้ในประเภท 3.7 กิจการผลิตที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมเป้าหมายในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น ในปี 2546 ให้ได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามเขตที่ตั้ง และยังได้มีมาตรการสนับสนุน และส่งเสริมให้เกิดศูนย์รวม สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ ตามประกาศที่ 5/2546 กำหนดให้กิจการเขตอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นกิจการที่ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ

และให้สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมกับโครงการขอรับการส่งเสริมที่ตั้งอยู่ในเขตอุตสาหกรรมดังกล่าวเพิ่มเติมด้วย

ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพ
และหากรัฐบาลให้
การสนับสนุนในอนาคต
แบรนด์ที่คนไทยสร้างเอง
อาจเป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จัก
ระดับโลกก็เป็นได้

ปัจจุบันมีผู้ได้รับการส่งเสริม กิจการเขตอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพียงรายเดียว ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมอัญธานี ตั้งอยู่ใกล้สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ และเนื่องจากภาวะปัจจุบันที่ประเทศไทยต้องการสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นเศรษฐกิจ ล่าสุดบีโอไอได้ออกนโยบายส่งเสริม SMEs เพื่อเพิ่มสิทธิประโยชน์มากขึ้น เพื่อช่วยนักลงทุนชาวไทยในกิจการผลิตเครื่องประดับด้วย จากที่ได้กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมประเภทนี้ และหากรัฐบาลให้การสนับสนุนในอนาคต แบรนด์ที่คนไทยสร้างเองอาจเป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักระดับโลกก็เป็นได้

วุฒิชัย กิสิชเพ็ญ

เรือสำราญ... วิมานลอยน้ำ

ในช่วงเทศกาลแห่งความรัก คงมีหลายครอบครัวหรือหลายคู่ กำลังมองหากิจกรรมทำร่วมกัน เพื่อแสดงออกถึงความรัก และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ไม่ว่าจะเป็น การรับประทานอาหารร่วมกัน เยี่ยมญาติผู้ใหญ่ ทำบุญ หรือท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ

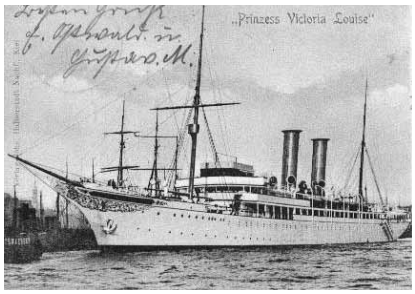
หนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ การล่องเรือสำราญ ปัจจุบันการล่องเรือสำราญไม่ใช่แค่เพียงการนั่งเรือชมวิวทิวทัศน์ไปเรื่อยๆ จนอาจทำให้ผู้โดยสารรู้สึกเบื่อหน่าย หากแต่มีกิจกรรม ความบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานบนเรือคอยให้บริการตลอดการเดินทาง รวมถึงมีการแวะจอดพักตามจุดหรือประเทศต่างๆ ที่น่าสนใจ ส่งผลให้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ มีอัตราการเติบโตขึ้นทุกๆ ปี และเป็นที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง

อุปสงค์ที่แตกต่าง

เรือสำราญ จัดเป็นเรือโดยสารประเภทหนึ่ง โดยความแตกต่างระหว่างเรือสำราญ และเรือโดยสารอื่นๆ อยู่ที่วัตถุประสงค์การนำไปใช้งาน เนื่องจากความประสงค์ของการเดินทางด้วยเรือโดยสารทั่วไป เป็นการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งหรือเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทางเท่านั้น

เรือสำราญ จัดเป็นเรือโดยสารประเภทหนึ่ง โดยความแตกต่างระหว่างเรือสำราญ และเรือโดยสารอื่นๆ อยู่ที่วัตถุประสงค์การนำไปใช้งาน

แต่อุปสงค์ของการเดินทางด้วยเรือสำราญ คือ เพื่อความเพลิดเพลินในช่วงเวลาการพักผ่อน ดังนั้นเรือสำราญจึงมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งอุปกรณ์พร้อมสำหรับการสันทนาการ เนื่องจากผู้โดยสารต้องการหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน หรือต้องการหาประสบการณ์ใหม่ โดยการเดินทางไปยังสถานที่หรือสภาพแวดล้อมใหม่ๆ ดังนั้น การเดินทางด้วยเรือสำราญจึงเป็นการเดินทางจากจุดๆ หนึ่ง แล้วไปแวะพักระหว่างทางตามจุดจอดเรือ หรือท่าเทียบเรือต่างๆ ก่อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นอีกครั้ง



จากเรือโดยสารสู่เรือสำราญ

เรือลำแรกที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เป็นเรือโดยสารโดยเฉพาะ คือ เรือ "Prinzessin Luise Victoria" ของ Hamburg-America Line ออกแบบโดย Albert Ballin สร้างเสร็จในปี 2443 ออกเดินทางเป็นครั้งแรก เพื่อข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกในช่วงฤดูหนาว หลังจากนั้นก็เริ่มมีเรือลักษณะเดียวกันออกมา เพื่อข้ามมหาสมุทรเช่นกัน ซึ่งปกติจะใช้เวลาไม่น้อยกว่าสี่วัน ส่วนใหญ่จะแข่งขันกันด้วยการตกแต่งอย่างหรูหรา เช่น เรือ RMS Titanic ของ White Star Line

ต่อมาในช่วงปี 2503 เมื่อเครื่องบินโดยสารเริ่มเข้ามามีบทบาท นักเดินทางส่วนใหญ่เลือกที่จะโดยสารเครื่องบิน เนื่องจากใช้ระยะเวลาการเดินทางน้อยกว่า ประกอบกับเรือส่วนใหญ่เริ่มมีสภาพทรุดโทรม สิ้นเปลืองการใช้น้ำมัน รวมถึงด้วยขนาดที่ใหญ่ ทำให้ไม่สามารถเดินทางในบริเวณร่องน้ำตื้นได้

นอกจากนี้ ห้องพักผู้โดยสารส่วนใหญ่ไม่มีหน้าต่างเพื่อเน้นจำนวนมากกว่าความสะดวกสบาย ส่งผลให้จำนวนผู้โดยสารเริ่มลดลง เรือเหล่านี้จึงเริ่มหยุดให้บริการในปี 2529 ยกเว้นเรือข้ามมหาสมุทรแอตแลนติก ที่ดำเนินการโดย Cunard Line ที่มีชื่อเสียงมากในขณะนั้น เนื่องจากเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) สำหรับผู้โดยสารที่มีเวลาการเดินทางหลายวัน เน้นการพักผ่อนในเวลาที่อยู่บนเรือมากกว่าการเดินทางจากต้นทางเพื่อไปยังจุดหมายปลายทาง และหลีกหนีความวุ่นวาย

จากนั้นในช่วงปี 2523 ธุรกิจเรือสำราญเริ่มเป็นที่นิยมขึ้นอย่างช้าๆ โดยส่วนใหญ่ยังเป็นเรือที่มีขนาดเล็ก จนกระทั่งมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเรือ SS Norway ได้เริ่มให้บริการ (เดิมเป็นเรือโดยสารชื่อ SS France ซึ่งต่อมาได้ปรับเปลี่ยนเป็นเรือสำราญ) โดยเป็นเรือสำราญขนาดใหญ่ลำแรกในแถบแคริบเบียน

ปลายปี 2523 เป็นต้นมา เรือสำราญหลายลำก็เริ่มออกให้บริการ จนกระทั่ง Royal Caribbean International ได้มีการต่อเรือขึ้นใหม่จำนวน 3 ลำ เป็นตระกูล Sovereign ซึ่งได้แย่งชิงตำแหน่งเรือสำราญที่ใหญ่ที่สุดจาก SS Norway ไป

โดยทั้งสามลำประกอบไปด้วย Sovereign of the Seas, Monarch of the Seas และ Majesty of the Seas ซึ่งถือว่าเป็นเรือที่ทันสมัยที่สุดในช่วงทศวรรษที่ 1980 ถึง 1990 และได้รับการขนานนามว่าเป็น Megaships โดยภายในเรือออกแบบเป็นเพดานสูงเปิดโล่งหลายชั้น (Atrium) พร้อมลิฟต์แก้ว ห้องโดยสารทุกห้องมีระเบียงส่วนตัว

นอกจากนี้ยังมีสายเรืออื่นๆ ที่เริ่มให้บริการด้วยเรือที่มีลักษณะคล้ายกัน เช่น เรือในกลุ่ม Fantasy Class ของ Carnival Cruise Lines และเรือ Crown Princess ของ Princess Cruises โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ไม่สามารถหาได้ในเรือโดยสารแบบเก่า

ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา มีการต่อเรือสำราญขนาดมากกว่าหนึ่งแสนตันกรอสเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งเรือโดยสารขนาดใหญ่ที่หรูหรามีสิ่งอำนวยความสะดวกจนเปรียบได้กับเรือสำราญ คือ เรือ RMS Queen Mary 2 ของ Cunard Line ต่อสร้างแล้วเสร็จในปี 2547 และปัจจุบันเป็นเรือเพียงลำเดียวที่วิ่งข้ามมหาสมุทรแอตแลนติก หลังจากการปลดระวางของเรือ RMS Queen Elizabeth 2 ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2551 โดยเรือ RMS Queen Mary 2 ถือเป็นเรือโดยสารที่ใหญ่ที่สุดในโลก ในขณะที่เรือสำราญที่ใหญ่ที่สุดในโลก คือ เรือโดยสารในตระกูล Oasis ที่ประกอบไปด้วยเรือ MS Oasis of the Seas และเรือ MS Allure of the Seas ดำเนินการโดย Royal Caribbean International

ปัจจุบัน เรือสำราญที่ใหญ่ที่สุดในโลก คือ เรือ MS Allure of the Seas และเรือ MS Oasis of the Seas มีขนาดประมาณ 225,000 ตันกรอส มีความยาวเรือ 362 เมตร

เรือสำราญฝาแฝดใหญ่ที่สุดในโลก

ปัจจุบัน เรือสำราญที่ใหญ่ที่สุดในโลก คือ เรือ MS Allure of the Seas และเรือ MS Oasis of the Seas (ซึ่งมีความยาวน้อยกว่าลำแรกอยู่ 2 นิ้ว) ทั้งสองลำถือเป็นเรือฝาแฝด เนื่องจากโครงสร้างภายในเหมือนกัน โดยมีขนาดประมาณ 225,000 ตันกรอส มีความยาวเรือ 1,187 ฟุต (362 เมตร) และมีส่วนสูงพ้นน้ำ 236 ฟุต (72 เมตร) บรรทุกผู้โดยสารได้ครั้งละประมาณ 5,500 ถึง 6,000 คน โดยยังไม่นับรวมลูกเรืออีกร่วมกว่าพันคน ซึ่งอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดบนเรือให้บริการฟรี ยกเว้นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ผู้โดยสารสามารถสั่งอาหารรับประทานได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยทั้งสองลำวิ่งในเส้นทางแถบหมู่เกาะในทะเลแคริบเบียน

Royal Caribbean International ซึ่งเป็นบริษัทเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวและพาณิชย์ เป็นเจ้าของเรือทั้งสองลำและเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการเรือสำราญรายใหญ่ของโลก มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ไมอามี่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ลงทุนถึง 1.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ สำหรับเรือ MS Allure of the Seas และ 1.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ สำหรับเรือ MS Oasis of the Seas โดยทั้งสองต่อขึ้นที่อู่ของ STX Europe ในประเทศฟินแลนด์ และเริ่มให้บริการตั้งแต่ช่วงปี 2552 เป็นต้นมา

สายการเดินเรือรายใหญ่

สายการเดินเรือสำราญรายใหญ่ที่สุดสามอันดับแรกของโลก คือ Carnival Corporation มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 45 เน้นการเดินเรือบริเวณอเมริกาเหนือ ยุโรป ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ตามมาด้วย Royal Caribbean International มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 25 เน้นเดินเรือบริเวณอลาสก้าและทะเลเมดิเตอร์-เรเนียน และอันดับที่สาม คือ Star Cruises ซึ่งครอบครองตลาดเอเชียแปซิฟิก ส่วนสายการเดินเรือที่มีชื่อเสียงอื่นๆ ได้แก่ Princess Cruises, Celebrity Cruises, Disney Cruise Line, Holland America, P&O, Cunard Line และ Crystal Cruises โดยสายการเดินเรือเหล่านี้มักต่อเรือจากอู่ของบริษัท STX Europe ประเทศนอร์เวย์ Fincantieri ประเทศอิตาลี Meyer Werft ประเทศเยอรมนี และ Mitsubishi Heavy Industries ประเทศญี่ปุ่น

ชื่อนี้มีที่มา

สายการเดินเรือสำราญส่วนใหญ่มีการตั้งชื่อในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น เรือของ Holland America Line จะลงท้ายชื่อด้วย "-dam" เช่น เรือ MS Statendam เรือของ Royal Caribbean จะลงท้ายด้วย "of the Seas" เช่น MS Freedom of the Seas เรือของ Cunard Line จะขึ้นต้นด้วย "Queen" เช่น RMS Queen Mary 2 หรือเรือของ Princess Cruises จะลงท้ายด้วย "Princess" เช่น Caribbean Princess ซึ่งเมื่อเรือสำราญถูกขายหรือเปลี่ยนเจ้าของ ก็จะมีการเปลี่ยนชื่อใหม่ทุกครั้งตามรูปแบบการตั้งชื่อของสายการเดินเรือที่เป็นเจ้าของ ทำให้ที่ผ่านมาเรือบางลำอาจมีมากกว่าสิบชื่อ ดังนั้นหากทราบชื่อเรือ ก็สามารถคาดเดาถึงบริษัทที่เป็นเจ้าของเรือได้

วิมานลอยน้ำ

เรือสำราญเกิดขึ้นภายใต้แนวคิดเพื่อลดความเบื่อหน่ายเมื่อต้องใช้ชีวิตอยู่ในเรือ

ภายในเรือจะจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ดังนั้นเรือสำราญขนาดใหญ่บางลำจึงไม่ต่างอะไรไปจากเมืองลอยน้ำขนาดย่อมๆ

สำราญเป็นระยะเวลานาน โดยภายในเรือจะจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน บางลำถึงขนาดมีทะเลจำลองที่ติดตั้งอุปกรณ์ทำคลื่นเทียม สวนน้ำ สระว่ายน้ำกลางแจ้งและในร่ม คาสิโน โรงภาพยนตร์ โรงละคร สวนสนุก ร้านค้า ห้องสมุด ร้านเสริมสวย สปา ซาวน่า ห้องออกกำลังกาย ลานสเก็ตน้ำแข็ง เวทีมวย สนามกอล์ฟ ลู่โบว์ลิ่ง สนามเทนนิส หรือแม้แต่หน้าผาจำลอง เพื่อให้ผู้โดยสารมีกิจกรรมทำได้ตลอดทั้งวัน ดังนั้นเรือสำราญขนาดใหญ่บางลำ จึงไม่ต่างอะไรไปจากเมืองลอยน้ำขนาดย่อม ๆ

อาหารและเครื่องดื่ม

โดยทั่วไปค่าอาหารและเครื่องดื่มบนเรือสำราญเกือบทั้งหมด จะรวมอยู่ในค่าโดยสารอยู่แล้ว (ยกเว้นบางสายเรือที่ไม่รวมค่าอาหาร เช่น Easy Cruise) ตามธรรมเนียมดั้งเดิม จะมีการจัดสรรเวลาสำหรับผู้โดยสาร ในการรับประทานอาหารค่ำบนโต๊ะร่วมกัน และหากท่านใดเป็นบุคคลสำคัญ ก็อาจได้รับประทานร่วมกับกัปตันเรือ แต่ในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนให้ผู้โดยสารรับประทานอาหารตามเวลาที่ต้องการ นอกจากนี้บางลำยังจัดให้มีบริการอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยเมนูอาหารที่แตกต่างกันไปตลอดทั้งวัน ตั้งแต่อาหารเช้าจนถึงของว่างยามดึก

บนเรือสำราญยังมีบาร์เพื่อบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะ แต่จะไม่รวมอยู่ในค่าโดยสาร เพราะต้องการให้จ่ายเฉพาะผู้โดยสารที่ดื่มเท่านั้น โดยเรือสำราญส่วนใหญ่ไม่อนุญาต ให้ผู้โดยสารนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นมาเองบนเรือ หรือหากซื้อระหว่างทางจะถูกปิดผนึกและส่งคืนผู้โดยสารเมื่อลงจากเรือหรือสิ้นสุดการเดินทาง

พนักงานและลูกเรือ

เรือสำราญมีการจัดพนักงานส่วนหนึ่งคอยให้การต้อนรับ และบริการผู้โดยสารนอกเหนือจากลูกเรือ ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกถ้าเรือสำราญบางลำ อาจมีจำนวนพนักงานรวมกับลูกเรือแล้ว มากกว่าจำนวนผู้โดยสาร ตามปกติพนักงานและลูกเรือจะถูกจ้างให้ทำงานเป็นระยะเวลานาน 4 ถึง 6 เดือน และมีการต่อสัญญาใหม่โดยขึ้นอยู่กับผลตอบรับจากผู้โดยสาร โดยพนักงานและลูกเรืออาวุโสมักได้อาศัยในห้องโดยสารเดี่ยว ส่วนที่เหลือจะอาศัยอยู่ร่วมกันสองคนต่อห้อง โดยมีห้องอาบน้ำและโทรทัศน์ส่วนตัว รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับพนักงาน และลูกเรือแยกจากผู้โดยสาร

> เรือสำราญมีการจัดพนักงานส่วนหนึ่งคอยให้การต้อนรับ และบริการผู้โดยสารนอกเหนือจากลูกเรือ ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกถ้าเรือสำราญบางลำ อาจมีจำนวนพนักงานรวมกับลูกเรือแล้ว มากกว่าจำนวนผู้โดยสาร

โดยเฉพาะ เช่น ห้องออกกำลังกาย ห้องนันทนาการ บาร์ "Mess hall" ห้องอาหาร และดาดฟ้าพร้อมสระว่ายน้ำ เป็นต้น

พนักงานและลูกเรือเหล่านี้ไม่มีวันหยุดและเงินบำนาญ แต่ในระหว่างที่อยู่บนเรือพวกเขาไม่ต้องออกค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งเรื่องอาหารและที่อยู่อาศัย ทำให้อาชีพการทำงานบนเรือสำราญ เป็นที่น่าสนใจพอที่จะชดเชยสวัสดิการ ที่ได้รับเพียงเล็กน้อยจากการจ้างงาน

ความปลอดภัย

ที่ผ่านมา มีเรือสำราญหลายลำถูกโจมตีด้วยโจรสลัด เช่น เรือ Seabourn Spirit และเรือ MSC Melody รวมถึงการโจมตีของโจรสลัดในอ่าวเอเดน ประเทศโซมาเลีย ในปัจจุบัน ส่งผลให้เรือสำราญเฉพาะที่มีเส้นทางบริเวณยุโรป ตะวันออก-กลาง และเอเชีย จำเป็นต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เช่น การ "Long Range Acoustic Device" ติดตั้งอุปกรณ์ The Long Range Acoustic Device (LRAD) เพื่อตรวจจับเรือโจรสลัด การติดตั้งกล้องวงจรปิด (CCTV) การใช้เครื่องตรวจจับโลหะ และเครื่องตรวจจับแบบใช้รังสีเอ็กซ์ เพื่อป้องกันไม่ให้มีการพกพาอาวุธ และนำของเถื่อนขึ้นมาบนเรือ

นอกจากนี้ผู้โดยสารต้องแสดงบัตรประจำตัวทุกครั้งที่มีการขึ้นหรือลงเรือ เพื่อป้องกันไม่ให้บุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตขึ้นเรือ

สิ่งแวดล้อม

ที่ผ่านมาเรือสำราญเป็นเรือที่มีการบังคับใช้นโยบายและกฎหมายที่เข้มงวดน้อยที่สุด และถูกมองว่าเป็นสาเหตุของมลภาวะทางทะเล เนื่องมาจากมีปริมาณของเสียออกจากเรือเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นขยะ น้ำเสีย น้ำอับเฉา วัตถุมีพิษ คราบน้ำมัน รวมถึงควันและเขม่าต่างๆ ถึงแม้จำนวนเรือสำราญจะมีเพียงส่วนน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนเรือขนส่งสินค้าที่มีจำนวนมาก แต่ก็เห็นได้ชัดว่าของเสียโดยเฉพาะน้ำเสียและขยะ มาจากผู้โดยสารบนเรือสำราญมากกว่าเรืออื่นๆ หากไม่จัดการและกำจัดสิ่งเหล่านี้ให้ถูกวิธีแล้ว อาจเกิดเชื้อโรคและสารพิษที่เป็นอันตรายต่อชีวิตมนุษย์และสัตว์น้ำได้

ปัจจุบัน มีสายการเดินเรือหลายสายได้ตระหนักถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เช่น Royal Caribbean International ได้ลงทุนเป็นเงิน 100 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในการติดตั้งระบบกรองและเครื่องบำบัดน้ำเสียที่ทันสมัย (Advanced Wastewater Purification - AWP) บนเรือทุกลำพร้อมกับนำเครื่องไอพ่นใหม่มาใช้ กับเรือลำใหม่ เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

เส้นทางเดินเรือสำราญ

เรือสำราญส่วนใหญ่กำหนดเส้นทางเดินเรือในบริเวณหลักๆ เช่น

- คลองปานามา
- แคนาดาและเขตนิวอิงแลนด์
- แคริบเบียน
- เม็กซิโก
- ยุโรป
- อลาสก้า
- ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์
- อเมริกาใต้
- ตะวันออกกลาง (อาหรับ)
- เอเชียกลางและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- ฮาวาย ตาฮิติ และแปซิฟิกตอนใต้

ปัจจุบัน มีสายเดินเรือหลายสาย
ได้ตระหนักถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม
เช่น Royal Caribbean International
ได้ลงทุนเป็นเงิน 100 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
ในการติดตั้งระบบกรอง
และเครื่องบำบัดน้ำเสียที่ทันสมัย

โดยในแต่ละเที่ยวจะใช้เวลาเดินทางมากกว่า 10 วัน หรือหากเป็นการเดินทางรอบโลกอาจใช้เวลารวมถึง 100 วัน ซึ่งบริเวณเดินเรือสำราญที่เป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงที่สุด คือ บริเวณหมู่เกาะแถบทะเลแคริบเบียน โดยจุดพักยอดนิยม ได้แก่ บาฮามาส หมู่เกาะเวอร์จิน เซนต์มาร์ติน เปอร์โตริโก หมู่เกาะเคย์แมน และจาไมก้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรือที่มีต้นทางจากไมอามี่ สหรัฐอเมริกา

นอกจากนี้ สายการเดินเรือต่างๆ กำลังมองหาตลาดใหม่ เช่น บราซิล รัสเซีย หมู่เกาะในทะเลเมดิเตอร์เรเนียน และหมู่เกาะของกรีซ รวมถึงภูมิภาคเอเชีย ซึ่งมีแนวโน้มที่เรือสำราญจะเดินทางมามากขึ้น ส่งผลให้เอเชียกำลังจะเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวทางเรือ โดยมีจีนและอินเดียเป็นจุดจอดพักหลัก รองลงมา คือ ญี่ปุ่น ฮ่องกง และสิงคโปร์ นอกจากนี้ยังสามารถเดินทางเชื่อมโยงมาถึง มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และไทย ได้อีกด้วย

จุดแวะจอดเรือในไทย

ที่ผ่านมา จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่เป็นเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวที่โดยสารเรือสำราญเข้ามายังประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเรือของสายการเดินเรือที่มีศักยภาพจากสหรัฐอเมริกา ยุโรป และเอเชีย

ในปี 2549 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้รายงานว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาด้วยเรือสำราญ จอดเทียบท่าที่ท่าเรือน้ำลึกภูเก็ต ทั้งสิ้นประมาณ 200,000 คน โดยเรือที่เข้ามาเป็นประจำทุกสัปดาห์ คือ เรือ Superstar Gemini และ Superstar Virgo ของ Star Cruises ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีของคนไทย มีต้นทางมาจากประเทศสิงคโปร์ โดยนำผู้โดยสารมาจากประเทศออสเตรเลียและประเทศในแถบเอเชียเข้ามารวมกันประมาณ 3,000 คนต่อสัปดาห์

และเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2552 ประเทศไทยได้มีโอกาสต้อนรับเรือ RMS Queen Mary 2 ของ Cunard Line ที่เดินทางเข้ามาจอดพักเทียบท่าบริเวณท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยได้นำผู้โดยสารกว่า 2,600 คน และลูกเรือ 1,300 คน เข้ามาพักเป็นเวลา 1 วัน ซึ่งถือว่าเป็นเรือสำราญขนาดใหญ่ที่สุดที่เคยเดินทางมาเยือนประเทศไทย

ทิศทางธุรกิจเรือสำราญ

ธุรกิจเรือสำราญมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม High End หรือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวสูง จากการคาดการณ์ของ Cruise Market Watch คาดว่าปีนี้ธุรกิจเดินเรือสำราญจะทำรายได้มากกว่า 29.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีผู้โดยสารมากกว่า 19 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 จากปีที่แล้ว ซึ่งธุรกิจนี้มีการเติบโตตลอดเวลา ดังจะเห็นได้จากตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา มีการต่อเรือสำราญไม่น้อยกว่า 9 ลำในแต่ละปี โดยผู้โดยสารเรือสำราญส่วนใหญ่เป็นชาวสหรัฐฯ ตามด้วยชาวยุโรป

> ถึงแม้ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นชาวสหรัฐฯ และยุโรป แต่ถือเป็นสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั่วโลก ดังนั้นจึงมีโอกาสที่ธุรกิจนี้จะขยายตัวอีกมากในอนาคต

จาก Cruise Lines International Associations (CLIA) และ Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA) ได้รายงานว่าในปี 2551 มีผู้โดยสารใช้บริการเรือสำราญมากถึง 13.2 ล้านคน เมื่อเทียบกับ 12.6 ล้านคนในปี 2550 ในจำนวนนี้ราว 10.6 ล้านคน เป็นชาวสหรัฐฯ ที่ส่วนใหญ่จองเส้นทางเดินเรือบริเวณแคริบเบียน ตามด้วยเมดิเตอร์เรเนียน และอลาสก้า

นอกจากนี้ สมาคมอุตสาหกรรมเดินเรือสำราญของสหรัฐฯ ระบุว่า ถึงแม้ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นชาวสหรัฐฯ และยุโรป แต่ถือเป็นสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั่วโลก ดังนั้นจึงมีโอกาสที่ธุรกิจนี้จะขยายตัวอีกมากในอนาคต

มาตรการส่งเสริมการลงทุน

การให้บริการเดินเรือสำราญสามารถขอรับการส่งเสริมการลงทุนได้ในประเภท 7.3 กิจการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเภทย่อย 7.3.2 กิจการเดินเรือท่องเที่ยวหรือให้เช่าเรือท่องเที่ยว โดยมีเงื่อนไข คือ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง คือ กรมเจ้าท่า และได้รับสิทธิและประโยชน์ ดังนี้

- ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (เรือ) ทุกเขต
- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี ทุกเขต
- สิทธิและประโยชน์อื่นให้ได้รับตามหลักเกณฑ์ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 1/2543 ลงวันที่ 1 สิงหาคม 2543

นอกจากนี้ ตามพระราชบัญญัติเรือไทย (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2540 ได้กำหนดคุณสมบัติผู้ที่จะถือกรรมสิทธิ์เรือจดทะเบียนเป็นเรือไทยซึ่งทำการค้าได้ในน่านน้ำไทย โดยหากเป็นบริษัทจำกัด กรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง ต้องมีสัญชาติไทย และทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ต้องเป็นของบุคคลซึ่งมิใช่คนต่างด้าว ตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว

การให้บริการเดินเรือสำราญ สามารถขอรับการส่งเสริมฯ ได้ในประเภท 7.3.2 โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบ จากหน่วยงานของรัฐ ที่เกี่ยวข้อง คือ กรมเจ้าท่า

ปัจจุบัน มีโครงการที่ได้รับบัตรส่งเสริมฯ ในประเภท 7.3.2 ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2543 จนถึงปัจจุบัน เป็นดังนี้

	บริษัท	เงินลงทุน (ล้านบาท)	รูปแบบ	จำนวนเรือ (ลำ)
1	ดิว่า ไดฟ์วิ่ง จำกัด	14.0	Yacht Rental	1
2	ซีทราน ไลน์ จำกัด	15.2	Tour Boat	1
3	น้องมายด์ ภูเก็ต เซลลิ่ง ครุยส์ จำกัด	25.9	Yacht Rental	2
4	ซีทราน เฟอร์รี่ จำกัด	23.2	Tour Boat	1
5	สยาม คอมเมอร์เชียล โบ๊ท ชาร์เตอร์ จำกัด	3.0	High Speed Boat	1
6	ดรีม ยอชท์ ชาร์จเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด	42.4	Yacht Rental	5
7	อีโคยอร์ช จำกัด	21.0	Yacht Rental	2
8	เซ็นทรัลกระบี่เบย์รีสอร์ท จำกัด	5.0	Tour Boat	2
9	วิมานใต้ทะเล จำกัด	80.0	Submarine	1
10	ซีทราน ทราเวิล จำกัด	28.0	Tour Boat	1
11	ซีทราน ทราเวิล จำกัด	24.5	Tour Boat	1
12	ซันเซล (ประเทศไทย) จำกัด	170.7	Yacht Rental	26
13	ครุยส์ เอเชีย จำกัด	18.2	River Cruise	1
14	ไฮเทค ซับมารีน จำกัด	291.3	Submarine	2
15	นัมเบอร์วัน เฟอร์รี่ จำกัด	70.0	Boat Service	2

เรียบเรียงจาก :

คาดธุรกิจเรือสำราญจะคึกคักในปีนี้. (2554, 14 มกราคม). สำนักข่าวไทย. วันที่สืบค้น 16 มกราคม 2554, จาก 61.47.61.3/cfcustom/cache_page/155845.html

นันทาศิริ พากเพียรกูล. (2550). การท่องเที่ยวทางเรือสำราญ (Cruise) ของจังหวัดภูเก็ต. e-TAT Tourism Journal, ประจำไตรมาสที่ 4/2550 (ตุลาคม-ธันวาคม 2550). วันที่สืบค้น 11 มกราคม 2554, จาก www.etatjournal.com/upload/191/4Cruise_Phuket.pdf

เรือสำราญที่ใหญ่ที่สุดในโลก. (2549, 21 พฤษภาคม). ฐานเศรษฐกิจ. วันที่สืบค้น 12 มกราคม 2554, จาก www.thaiengineering.com/viewnew.php?id=331

ลอยล่องท่องทะเลไปกับเรือท่องเที่ยว. (2547, 3 มิถุนายน). ผู้จัดการออนไลน์. วันที่สืบค้น 8 มกราคม 2554, จาก www.marinerthai.com/sara/view.php?No=1101

โศรยา หอมชื่น. (2552). การเดินเรือสำราญ-ต้องดิ้นรนหรือหนทางสดใสเบื้องหน้า. e-TAT Tourism Journal, ประจำไตรมาสที่ 4/2552 (ตุลาคม-ธันวาคม 2552). วันที่สืบค้น 11 มกราคม 2554, จาก www.etatjournal.com/upload/294/03_Cruise_tourism%202010.pdf

ฮือฮา! เรือสำราญควีน แมรี่ 2 เยือนไทย. (2552, 13 มีนาคม). เดลินิวส์. วันที่สืบค้น 13 มกราคม 2554, จาก forum.khonkaenlink.info/index.php?topic=56542.0

Cruise Ship. Wikipedia. วันที่สืบค้น 9 มกราคม 2554, จาก en.wikipedia.org/wiki/Cruise_ship

โรงแรม... ธุรกิจเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

hotel หรือ โรงแรม มาจากภาษาฝรั่งเศสซึ่งแปลว่า คฤหาสน์ โรงแรมแห่งแรกในยุโรปคือ Hotel de Hanri IV (โฮเทล เดอ อองรี กัต) เมื่อปี 2331 บริเวณ Central Paris โดยในสมัยก่อนใช้คำว่า hôtel และภายหลังได้เปลี่ยนตัวโอในภาษาฝรั่งเศสมาเป็นโอในภาษาอังกฤษเป็น hotel เหมือนปัจจุบัน

ธุรกิจโรงแรมเกิดขึ้นในช่วงยุคของอาณาจักรกรีกที่คนเราเริ่มเดินทางระหว่างเมือง แต่เดิมนั้นผู้เดินทางจะนอนตามถนนหรือนอนตามบ้านเรือนของประชาชนทั่วไปหรือตามโบสถ์ โดยเป็นการให้ที่พักพิง มีอาหารให้ตามอัตภาพ และไม่มีค่าบริการ

จนกระทั่งมีแนวคิดเป็นธุรกิจขึ้นมาโดยเริ่มต้นจากเมืองฟลอเรนซ์ ประเทศอิตาลี จนกระทั่งปี 1825 เมื่อสมาคมโรงแรมในสมัยนั้นถือกำเนิดขึ้น และได้เปลี่ยนแนวคิดจากไมตรีจิต มาเป็นธุรกิจและเริ่มมีการขายไวน์ อาหารง่ายๆ มีการใช้ระบบลงทะเบียนผู้เข้าพัก จนธุรกิจนี้แพร่หลายและทำกำไร

Savoy Hotel

จากนั้นไม่นานธุรกิจนี้จึงถือกำเนิดขึ้นและเริ่มแพร่หลายไปยังประเทศเยอรมนี ฝรั่งเศส จนถึง อังกฤษ โดยมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง จากเดิมที่มีห้องพักเพียงอย่างเดียว สำหรับนักเดินทาง ก็พัฒนาให้มีความหรูหรา สะดวกสบาย และมีการบริการที่ดี

โดยเฉพาะในสหราชอาณาจักรฯ โรงแรมเป็นที่สำหรับผู้มีชนชั้นทางสังคม ขุนนาง และนักการเมืองเท่านั้น โรงแรมที่มีชื่อเสียงเรื่องความหรูหราที่สุดของสหราชอาณาจักรฯ คือ โรงแรมซาวอย (Savoy Hotel) ก่อตั้งเมื่อปี 2423 ซึ่งเป็นโรงแรมแห่งเดียวที่มีเครื่องกำเนิดไฟฟ้าและโรงละคร แต่โรงแรมไม่มีการพัฒนาและไปมากนัก จนกระทั่งนายเซซาร์ ริทซ์ (Ce'Sar Ritz) ชาวสวิต-เซอร์แลนด์ ผู้ซึ่งเป็นบิดาของการโรงแรมได้นำวิทยาการใหม่ๆ มาใช้

ธุรกิจโรงแรมไทยเริ่มตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4

ประเทศไทยเริ่มมีธุรกิจโรงแรมอย่างเป็นเรื่องเป็นราวในสมัยรัชกาลที่ 4 โดย

ประเทศไทยเริ่มมีธุรกิจโรงแรมอย่างเป็นเรื่องเป็นราว ในสมัยรัชกาลที่ 4 มีโรงแรมที่เปิดกิจการอยู่ 3 แห่ง

มีโรงแรมที่เปิดกิจการอยู่ 3 แห่ง ได้แก่ Union Hotel, Fisher Hotel และ Oriental Hotel ต่อมาสมัยรัชกาลที่ 5 มีการเปิดโรงแรมเพิ่มอีก 8 แห่ง โรงแรมในยุคนี้นอกจากจะมีบริการห้องพักแล้ว ยังมีอาหาร เครื่องดื่ม และสถานที่เล่นกีฬาด้วย

ประวัติโรงแรมโอเรียนเต็ล

ในปี 2398 ซึ่งตรงกับรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ประเทศไทยเริ่มมีสัมพันธไมตรีทางการทูตกับต่างประเทศ โดยอังกฤษเป็นประเทศแรกที่เข้ามาค้าขายกับไทย และมีประเทศอื่นๆ เข้ามาติดต่อกับไทยอีกเป็นจำนวนมาก บรรดาพ่อค้าวานิชล้วนไม่มีที่อยู่อาศัย พระราชวังจึงได้ถูกเปลี่ยนเป็นโรงแรมที่พักพิงของชาวต่างชาติเหล่านี้ ถึงแม้จะไม่มีหลักฐานยืนยันแน่นอนนัก แต่เป็นที่เชื่อกันว่าพระราชวังแห่งนี้ คือจุดกำเนิดของโรงแรมโอเรียนเต็ล ซึ่งพัฒนามาจากนักเดินเรือชาวสวีเดนสองคน ตกลงที่จะอาศัยอยู่ในประเทศไทย ได้สร้างโรงแรมขึ้นในปี 2419 ใกล้กับกงสุลฝรั่งเศส และในปีนี้นั้นเองที่คณะผู้บริหารของโรงแรมโอเรียนเต็ล เชื่อว่าเป็นการเริ่มต้นดำเนินการทำเป็นธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมอีกครั้ง

ปัจจุบันโรงแรมโอเรียนเต็ลดำเนินการโดยเอกชนทั้งสิ้น มีห้องพักทั้งหมด 396 ห้อง ห้องอาหาร 8 ห้อง มีบริการศูนย์กีฬา ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบครัน นิตยสาร

"อินสติทิวชันแนล อินเวสเตอร์" ของนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ได้จัดอันดับให้โรงแรมโอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ เป็นโรงแรมที่ดีที่สุดของโลกติดต่อกันถึง 10 ปีนับตั้งแต่ปี 2524 เป็นต้นมา

อย่างไรก็ตาม วันที่ 1 กันยายน 2551 กลุ่มกิจการแมนดาริน โอเรียนเต็ล ซึ่งเป็นกลุ่มโรงแรมที่มีชื่อเสียงกลุ่มหนึ่งของเอเชีย ได้เข้าซื้อกิจการของโรงแรม หลังจากนั้นก็ได้มีการเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท โรงแรมโอเรียนเต็ล ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) มาเป็น บริษัท OHTL จำกัด (มหาชน) และโรงแรมได้ถูกเปลี่ยนชื่อเป็น "โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพ" ทำให้มีการปรับภาพลักษณ์และกระบวนทัศน์ของการบริหารงานโรงแรม ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในรอบ 132 ปี

สำหรับการบุกเบิกโรงแรมในยุคต่อมา เริ่มจากในปี 2460 (สมัยรัชกาลที่ 6) พลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงมีพระนามเดิมว่า "พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร" ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการกรมรถไฟแผ่นดิน และได้รับยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งการโรงแรมไทย ทรงสร้างบังกะโลเรือนไม้ที่หัวหิน เป็นโรงแรมชายทะเลแห่งแรกของประเทศไทย ปัจจุบันโรงแรมหัวหินให้เอกชนเช่าดำเนินการ

ในปี 2485 (สมัยรัชกาลที่ 8) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ได้สร้างโรงแรมรัตนโกสินทร์และโรงแรมสุริยานนท์ เป็นที่รับรองแขกเมือง โดยให้บริการสังคม และต่อมาให้เอกชนดำเนินการต่อและเปลี่ยนชื่อจากโรงแรมรัตนโกสินทร์เป็นโรงแรมรอยัล (Royal) และโรงแรมสุริยานนท์ เป็นโรงแรมมาเจสติก

นอกจากโรงแรม หรือ Hotel แล้ว เราอาจเคยได้ยินคำอื่นที่มีลักษณะธุรกิจคล้ายคลึงกับโรงแรม เช่น Inn, Tavern, Accommodation, Motel หรือ Lodge ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีใช้ในต่างประเทศ

1. Inn หมายถึง ที่พักขนาดเล็ก ตั้งอยู่ริมทาง ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม

พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร ได้รับยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งการโรงแรมไทย ทรงสร้างบังกะโลเรือนไม้ที่หัวหิน เป็นโรงแรมชายทะเลแห่งแรกของประเทศไทย

2. Tavern หมายถึง ที่พักสำหรับคนเดินทางที่ใช้ม้าเป็นพาหนะ มีลักษณะเหมือนโรงเตี๊ยม
3. Accommodation หมายถึง ที่พักที่จัดไว้ให้คนเดินทาง พร้อมมีบริการอาหารและเครื่องดื่ม
4. Motel หมายถึง โรงแรมขนาดเล็กซึ่งตั้งอยู่ริมถนนสายสำคัญๆ เพื่อให้บริการสำหรับนักเดินทางที่เดินทางโดยรถยนต์
5. Lodge หมายถึง สถานที่ให้เช่าสำหรับพักอาศัยค้างคืนระหว่างเดินทาง ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม สระว่ายน้ำและคิดค่าเช่าเป็นค่าตอบแทน

ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 มาตรา 4 ได้กำหนดความหมายคำว่า "โรงแรม" หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการทำธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราว สำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นโดยมีค่าตอบแทน

ประเภทของโรงแรม

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย โดยคำแนะนำของคณะกรรมการส่งเสริมและกำกับธุรกิจโรงแรม ได้ออกกฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551 ตามความในมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 แบ่งโรงแรมออกเป็น 4 ประเภท คือ

ประเภทโรงแรม	ขอบเขตการให้บริการ
ประเภท 1	- โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก
ประเภท 2	- โรงแรมที่ให้บริการห้องพักและอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร
ประเภท 3	- โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการหรือห้องประชุมสัมมนา
ประเภท 4	- โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการและห้องประชุมสัมมนา

การขออนุญาตประกอบกิจการโรงแรม

การประกอบกิจการโรงแรมต้องเป็นไปตาม พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2547 ในปี 2552 ประมาณว่ามีโรงแรมตาม พ.ร.บ. โรงแรม 5,056 แห่ง ทั่วประเทศ ห้องพักรวมประมาณ 300,000 ห้อง จังหวัดที่มีโรงแรมมากที่สุด คือ สุราษฎร์ธานี (331 แห่ง) รองมาคือ กรุงเทพฯ (299 แห่ง)

ผู้มีอำนาจอนุญาตให้จัดตั้งโรงแรม (นายทะเบียนโรงแรม) ในต่างจังหวัด คือ ผู้ว่าราชการจังหวัด ในเขตกรุงเทพฯ คือ อธิบดีกรมการปกครอง ในต่างจังหวัดนั้นให้ยื่นเรื่องที่ที่ว่าการอำเภอ ส่วนในเขตกรุงเทพฯ ให้ยื่นที่สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง (วังไชยา) ถนนนครสวรรค์ นางเลิ้ง เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 (ตรงข้าม ธกส. สำนักงานใหญ่) โทรศัพท์ 0 2282 3751 เว็บไซต์ www.wangchaiya.com/data/47.PDF โดยใบอนุญาตประกอบกิจการโรงแรมมีอายุ 5 ปีนับแต่วันอนุญาต

ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม (ชำระเมื่อได้รับอนุญาตครั้งแรก)

โรงแรมประเภท 1	10,000 บาท
โรงแรมประเภท 2	20,000 บาท
โรงแรมประเภท 3	30,000 บาท
โรงแรมประเภท 4	40,000 บาท

ลักษณะการบริหารโรงแรม

1. **ดำเนินการเอง** (Owner Operated System)

ลักษณะนี้ผู้เป็นเจ้าของอาจจะเป็นคนๆ เดียว หรืออยู่ในรูปของบริษัทก็ได้ สำหรับในประเทศไทยโรงแรมที่ใช้ระบบนี้ คือ โรงแรมดุสิตธานี ข้อดีคือทำให้มีอิสระในการบริหารงาน แต่จะเสียเปรียบเมื่อต้องการขยายกิจการ ซึ่งเจ้าของต้องแบกภาระความเสี่ยงคนเดียว และอาจมีข้อจำกัดเรื่องเงินทุน

2. Franchise

เจ้าของโรงแรมจะได้รับสิทธิ์ที่จะใช้ชื่อและโลโก้ ของผู้ประกอบการโรงแรมที่มีชื่อเสียงระดับโลก โดยผู้รับสิทธิ์จะต้องใช้สัญลักษณ์ของโรงแรม และให้บริการด้วยมาตรฐานเดียวกับโรงแรมที่ให้สิทธิ์ และจะต้องจ่ายเงินให้กับโรงแรมที่ให้สิทธิ์ เพื่อเป็นค่าบริการในเรื่องตลาด การบริหารงานและการจองห้องพัก ลักษณะนี้จะเป็นการสร้างเครือข่ายที่มากขึ้น พร้อมกับได้แบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับโดยไม่ต้องเสียเวลาสร้างแบรนด์ใหม่ รวมทั้งได้รับการดำเนินงานและช่วยเหลือจากเจ้าของแบรนด์

อย่างไรก็ตาม การบริหารในลักษณะนี้เจ้าของโรงแรมจะเสียอำนาจในการควบคุมการจัดการ และต้องมีค่าใช้จ่ายมากขึ้น เช่น ค่าแบรนด์ ค่าบริหารเป็นรายปี

3. **การจ้างบริหารจัดการ** (Management Contract)

โรงแรมจะว่าจ้างทีมบริหารโรงแรมที่มีชื่อเสียงมาดำเนินการให้ เจ้าของโรงแรมเลือกใช้ระบบนี้ เนื่องจากตนเองขาดประสบการณ์ และขาดความชำนาญในการดำเนินงาน เนื่องจากโรงแรมนั้น

บริหารงานประสบผลสำเร็จมาแล้ว โรงแรมที่ใช้ระบบนี้ในประเทศไทยมีมากมาย เช่น โรงแรมสีมาธานี โรงแรมพิษณุโลกธานี โรงแรมเจริญธานี ซึ่งว่าจ้างโรงแรมดุสิตธานีเป็นผู้จัดการ ดำเนินการให้และใช้คำ "ธานี" ลงท้ายชื่อโรงแรม เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในระบบหรือมาตรฐานของโรงแรมตน การดำเนินงานลักษณะนี้ก็เป็นการช่วยขยายเครือข่าย และเพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้

อย่างไรก็ตาม การบริหารในลักษณะนี้ทำให้เจ้าของโรงแรมขาดอำนาจในการบริหารจัดการ เช่นเดียวกันในแบบ Franchise

4. Chain Hotel

เป็นการลงทุนระหว่างโรงแรมที่มีเครือข่ายกับโรงแรมที่ตั้งขึ้นใหม่ จะมีผู้จัดการของตนเอง โรงแรมแม่จะเป็นที่ปรึกษาและช่วยทางด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสำรองห้องพักที่เป็นรูปแบบเดียวกันหมด ในประเทศไทยโรงแรมที่ใช้ระบบนี้ คือ โรงแรมแกรนด์เชอราตัน โรงแรมรอยัลออคิด เชอราตัน โรงแรมแกรนด์ไฮแอท เป็นต้น

ลักษณะนี้จะเป็นการง่ายในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเนื่องจากเป็น Chain ที่ได้รับความนิยมอยู่แล้วและมีลูกค้าที่เหนียวแน่นในต่างประเทศ แต่ก็ต้องปรับมาตรฐานของโรงแรมให้เท่าเทียมกับ Chain ในประเทศอื่น

กิจการโรงแรม ให้การส่งเสริมฯ ในประเภท 7.4 สิทธิและประโยชน์ด้านอื่นจะได้รับตามประกาศที่ 1/2543 เงื่อนไข ต้องมีจำนวนห้องพักไม่ต่ำกว่า 100 ห้อง หรือจะต้องมีขนาดการลงทุน โดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนไม่น้อยกว่า 500 ล้านบาท

การให้การส่งเสริมการลงทุน

กิจการโรงแรม ให้การส่งเสริมได้ในประเภท 7.4 กิจการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ประเภทย่อย 7.4.3 กิจการโรงแรม ขนาดการลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท

1) โครงการที่ตั้งในเขต 1 หรือเขต 2 รวมทั้งอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมืองเชียงใหม่ ให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากรเท่านั้น
2) โครงการที่ตั้งในเขต 3 (ไม่รวมข้อ 1 และ 3) ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรและสิทธิประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากรเท่านั้น
3) โครงการที่ตั้งในจังหวัดกาฬสินธุ์ นครพนม นราธิวาส น่าน บุรีรัมย์ ปัตตานี พะเยา แพร่ มหาสารคาม ยโสธร ยะลา ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สกลนคร สตูล สุรินทร์ หนองบัวลำภู ชัยภูมิ หนองคาย อุบลราชธานี อุดรธานี และอำนาจเจริญ

สิทธิและประโยชน์ด้านอื่นจะได้รับตามประกาศที่ 1/2543

<u>เงื่อนไข</u>

ต้องมีจำนวนห้องพักไม่ต่ำกว่า 100 ห้อง หรือจะต้องมีขนาดการลงทุนโดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนไม่น้อยกว่า 500 ล้านบาท

ตั้งแต่ปี 2543 ถึงปัจจุบัน มีโครงการที่ได้รับการส่งเสริมฯ ในประเภทกิจการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว ดังนี้

จำนวนโครงการและกิจการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว

ประเภท	จำนวนโครงการ	ประเภท	จำนวนโครงการ
กิจการบริการที่จอดเรือท่องเที่ยว	3	กิจการหอประชุมขนาดใหญ่	3
กิจการเดินเรือท่องเที่ยวหรือให้เช่าเรือท่องเที่ยว	16	กิจการแสดงสินค้านานาชาติ	-
กิจการสวนสนุก	7	กิจการโรงแรม	109
กิจการแสดงศิลปวัฒนธรรมหรือศูนย์ศิลปหัตถกรรม	4	กิจการบ้านพักและศูนย์สวัสดิการแก่ผู้สูงอายุ	15
กิจการอุทยานสัตว์น้ำ	2	กิจการศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ	7
กิจการแข่งขันยานยนต์	-	กิจการสนับสนุนการพำนักระยะยาว	3
กิจการสวนสัตว์เปิด	-	กิจการกระเช้าไฟฟ้า	-

ดอกกุหลาบ (จีน) บานสะพรั่งวันวาเลนไทน์ บนความร่วงโรยของกุหลาบไทย

วันวาเลนไทน์ หรือ วันแห่งความรัก ตรงกับวันที่ 14 กุมภาพันธ์ของทุกปี ได้กลายเป็นวันที่มีความหมายวันหนึ่งสำหรับคนไทยหลายๆ คนในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น และคนวัยหนุ่มสาวหลายคนต่างเฝ้ารอวันนี้เป็นพิเศษที่จะแสดงออกถึงความรักของตน และมอบของที่ระลึกให้คนที่ตนรัก เช่น ช็อกโกแลตหรือการ์ดอวยพร

แต่การมอบที่เป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญที่สุดคือดอกกุหลาบสีแดง ที่แสดงถึงความรักเป็นพิเศษ ทำให้ราคาของดอกกุหลาบสีแดงในช่วงก่อนและในวันวาเลนไทน์ มีราคาเพิ่มสูงขึ้นมากอย่างน่าตกใจ

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าในช่วงวันที่ 14 กุมภาพันธ์ของปีที่แล้ว มีมูลค่าของตลาดดอกไม้สูงถึง 270 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเกือบ 10 เท่าจากช่วงเวลาปกติที่มีมูลค่าประมาณ 30 ล้านบาท ในขณะเดียวกันหากพิจารณาเฉพาะยอดขายดอกกุหลาบจะมีการซื้อขายถึงประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าดอกไม้รวมหรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 245 ล้านบาท

ย้อนกลับไปสองปีก่อนหน้า คือ ในปี 2551 และปี 2552 ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจโดยรวมจะชะลอตัว แต่มูลค่าของตลาดดอกไม้ในวันวาเลนไทน์กลับไม่ได้รับผลกระทบแต่อย่างใด กล่าวคือ ในปี 2552 ตลาดรวมดอกไม้ในช่วงเทศกาลวาเลนไทน์ มีมูลค่าประมาณ 230 ล้านบาท ส่วนในปี 2551 มีมูลค่าประมาณ 200 ล้านบาท

พบพระ - แหล่งปลูกกุหลาบใหญ่สุดของไทย

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกกุหลาบตัดดอกประมาณ 5,500 ไร่ กระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ แหล่งปลูกที่สำคัญได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ตาก นครปฐม สมุทรสาคร ราชบุรี และกาญจนบุรี โดยมี

การขยายตัวของพื้นที่มากที่สุดในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ปัจจุบันประมาณว่ามีพื้นที่การผลิตถึง 3,000 ไร่ เนื่องจาก อำเภอพบพระ มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม พื้นที่ไม่สูงชัน และค่าจ้างแรงงานต่ำ

> ในช่วงวันที่ 14 กุมภาพันธ์ ปีที่แล้ว มูลค่าของตลาดดอกไม้สูงถึง 270 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเกือบ 10 เท่า จากช่วงเวลาปกติ

อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีพื้นที่การผลิตถึง 3,000 ไร่ เนื่องจากมีสภาพอากาศเหมาะสม พื้นที่ไม่สูงชัน และค่าจ้างแรงงานต่ำ

การผลิตกุหลาบในประเทศไทยแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ การผลิตกุหลาบในเชิงปริมาณ และการผลิตกุหลาบเชิงคุณภาพ

- **การผลิตกุหลาบเชิงปริมาณ** หมายถึง การปลูกกุหลาบในพื้นที่ขนาดใหญ่ หรือปลูกในพื้นที่ราบ ซึ่งจะให้ผลผลิตในปริมาณมาก แต่ผลผลิตไม่ได้คุณภาพ เช่น ดอกและก้านมีขนาดเล็ก มีตำหนิจากโรคและแมลง หรือการขนส่ง อายุการปักแจกันสั้น ทำให้ราคาต่ำ การผลิตชนิดนี้ต้องอาศัยการผลิตในปริมาณมากเพื่อให้เกษตรกรอยู่ได้
- **การผลิตกุหลาบในเชิงคุณภาพ** นิยมปลูกในเขตภาคเหนือ และบนที่สูง โดยปลูกภายใต้โรงเรือนพลาสติก ในพื้นที่จำกัด มีการจัดการการผลิตและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวที่ดี ใช้แรงงานที่ชำนาญ ทำให้กุหลาบที่ได้มีคุณภาพดี และปักแจกันได้นาน

ตลาดของกุหลาบคุณภาพปานกลางถึงต่ำ (ตลาดล่าง) ในปัจจุบันถึงจุดอิ่มตัวแล้ว เนื่องจากมีราคาต่ำมาก ส่วนตลาดของกุหลาบที่มีคุณภาพสูง (ตลาดบน) ผลผลิตในประเทศยังไม่เพียงพอ และขาดความต่อเนื่อง ทำให้ยังต้องนำเข้าดอกกุหลาบจากต่างประเทศ เช่น เนเธอร์แลนด์ และมาเลเซีย เป็นต้น

ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตกุหลาบคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่อง หากแต่จะต้องผลิตในพื้นที่ที่เหมาะสม คือพื้นที่สูงมากกว่า 800 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล หากปลูกในที่ราบจะได้คุณภาพดีในช่วงฤดูหนาวเท่านั้น ดังนั้นการผลิตกุหลาบมีแนวโน้มเพิ่มพื้นที่การผลิตบนที่สูงมากขึ้น

กุหลาบจีนตีตลาดกุหลาบไทย

เช่นเดียวกับปัญหาสินค้าอื่นๆ ของไทยที่ถูกสินค้าจากจีนตีตลาด ในปีที่ผ่านมามีการนำเข้ากุหลาบจากจีน ทำให้ส่งผลกระทบต่อตลาดกุหลาบในประเทศไทยอย่างมาก โดยเฉพาะกุหลาบคุณภาพดีจากเชียงใหม่

การปลูกกุหลาบในประเทศไทย มีแนวโน้มการผลิตลดลง ในปี 2550 พื้นที่การผลิตประมาณ 6,600 ไร่ (ข้อมูลศูนย์สารสนเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร, 2551) ปี 2549 มีพื้นที่ปลูกประมาณ 7,000 ไร่ ซึ่งพื้นที่ปลูกกุหลาบที่ลดลงนั้น ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ปลูกกุหลาบคุณภาพบนที่สูง แถบจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ปลูกภายใต้โรงเรือนพลาสติก มีการดูแลอย่างทั่วถึง แต่เมื่อต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ประกอบกับมีการนำเข้ากุหลาบคุณภาพดีจากจีนเข้ามา ซึ่งราคาต่ำกว่าของไทย ทำให้เกษตรกรบางรายไม่สามารถแข่งขันได้ จึงต้องเลิกกิจการไป

ตลาดของกุหลาบมีทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปี 2550 มีการส่งออกกุหลาบปริมาณ 506 ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 44.02 ล้านบาท ประเทศที่นำเข้ากุหลาบ

จากไทยที่สำคัญคือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อิตาลี จีน และอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีการนำเข้ากุหลาบเช่นกัน โดยมีปริมาณ 317 ตัน คิดเป็นมูลค่า 12.21 ล้านบาท ส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศจีน

ในปีที่ผ่านมามีการนำเข้ากุหลาบจากจีน ส่งผลกระทบต่อตลาดกุหลาบในประเทศไทยอย่างมาก โดยเฉพาะกุหลาบคุณภาพดีจากเชียงใหม่

ในปีที่ผ่านมามีการนำเข้ากุหลาบจากจีน ส่งผลกระทบต่อตลาดกุหลาบในประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกุหลาบคุณภาพดีจากเชียงใหม่ ที่ผ่านมาเกษตรกรผู้ปลูกกุหลาบคุณภาพดีของไทยสามารถแข่งขันกับกุหลาบนำเข้าจากเนเธอร์แลนด์และยุโรปได้ แต่การนำเข้ากุหลาบจากจีนทำให้เกษตรกร ต้องหันไปปลูกกุหลาบคุณภาพรองแทน เนื่องจากกุหลาบจากจีนที่มีคุณภาพใกล้เคียงของไทย มีดอกใหญ่ ก้านยาว คุณภาพดีแต่ราคาต่ำกว่า

การที่จะทำให้เกษตรกรผู้ปลูกกุหลาบคุณภาพดีของไทย สามารถแข่งขันกับจีนได้นั้น ต้องมีการปรับปรุงสายพันธุ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตโดยเฉพาะการลดต้นทุนการผลิต และพึ่งพาเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในด้านราคา

การที่จะทำให้เกษตรกรผู้ปลูกกุหลาบคุณภาพดีของไทย สามารถแข่งขันกับจีนได้ ต้องมีการปรับปรุงสายพันธุ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยเฉพาะการลดต้นทุนการผลิต และพึ่งพาเทคโนโลยีที่ทันสมัย

วันวาเลนไทน์กับกุหลาบสีแดง

วันวาเลนไทน์นั้น เป็นวันที่ระลึกถึงนักบุญเซนต์วาเลนไทน์ (Saint Valentine) ผู้เปี่ยมไปด้วยเมตตา ความรัก และความปรารถนาดีต่อเพื่อนมนุษย์อย่างแท้จริง แต่สุดท้ายเขาต้องจบชีวิตลงด้วยการรับโทษประหารในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 270 หรือเมื่อประมาณ 1,728 ปีล่วงเลยมาแล้ว ซึ่งเป็นยุคสมัยของจักรวรรดิโรมันที่ศาสนาคริสต์ยังไม่เป็นที่ยอมรับ

ภายใต้การปกครองของกษัตริย์ "คลอดิอุสที่ 2" ผู้ออกกฎหมายบีบบังคับให้ประชาชนเลิกนับถือศานาคริสต์ และห้ามไม่ให้พวกคริสเตียนแต่งงานกัน มีผู้นำคริสเตียนคนหนึ่งชื่อ "วาเลนตินัส" หรือที่ได้รับการยกย่องเป็นเซนต์วาเลนไทน์ในภายหลัง คอยลักลอบแอบจัดงานแต่งงานให้กับคู่รักคริสเตียน จนถูกจับขังและรับโทษทรมานแสนสาหัสอยู่ในคุก

ในขณะที่ถูกคุมขังนั้น เขาก็พบรักกับสาวตาบอด ซึ่งเป็นลูกสาวของผู้คุมในคุก ด้วยความรักและคำอธิษฐานของเขา พระเจ้าได้ทรงโปรดให้ตาของสาวคนรักหายเป็นปกติ เมื่อความล่วงรู้ถึงกษัตริย์คลอดิอุสที่ 2 พระองค์จึงสั่งให้ลงโทษวาเลนตินัสด้วยการโบยและนำไปประหารชีวิตด้วยการตัดศีรษะ

ในคืนสุดท้ายก่อนที่จะถูกนำไปประหาร วาเลนตินัสได้เขียนจดหมายสั้นๆ เป็นการอำลาส่งไปให้หญิงคนรัก โดยลงท้ายในจดหมายว่า "...ด้วยรักจากวาเลนไทน์ของเธอ (Love From Your Valentine)" ต่อมาเมื่อเรื่องแพร่หลายขึ้น ทำให้ผู้คนเกิดความประทับใจ จึงยึดถือวันที่ 14 กุมภาพันธ์ของทุกปีเป็น "วันแห่งความรัก" Saint Valentine's Day หรือ Valentine's Day และได้นิยมแพร่หลายไปทั่วยุโรป อเมริกา เอเชีย รวมทั้งประเทศไทยด้วย

สำหรับการให้ดอกกุหลาบในวันวาเลนไทน์ ก็เนื่องมาจากดอกกุหลาบเป็นดอกไม้ที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณกาล มีความสวยงามและมีกลิ่นอันชวนพิสมัย เปรียบเสมือนราชินีแห่งดอกไม้ เป็นสื่อที่แสดงถึงความสุข ความมีไมตรีจิต ความน่ารัก ความสวยงาม การบูชา และการเกี้ยวพาราสี

ดังนั้น กุหลาบจึงเป็นเสมือนตัวแทนแห่งความรัก และความอมตะ จนมีตำนานกล่าวขานกันต่างๆ นานา ตั้งแต่สมัยกรีกที่มีตำนานเล่าว่า "คลอรีส" เทพธิดาแห่งดอกไม้ได้บันดาลให้ร่างของนางไม้กลายเป็นกุหลาบ และยกให้เป็นราชินีของ

ในคืนสุดท้ายก่อนที่จะถูกนำไปประหาร วาเลนตินัสได้เขียนจดหมายสั้นๆ เป็นการอำลาส่งไปให้หญิงคนรัก โดยลงท้ายในจดหมายว่า "...ด้วยรัก จากวาเลนไทน์ของเธอ (Love From Your Valentine)"

ดอกไม้ จากนั้นก็มีการมอบดอกกุหลาบแก่ "อีรอส" ลูกชาย ซึ่งเป็นเทพแห่งความรัก

ส่วนในศาสนาคริสต์เชื่อกันว่า ในสมัยที่พระเยซูถูกตรึงไม้กางเขนอยู่นั้น พระโลหิตได้ไหลหยดลงบนต้นหญ้ามอสส์ และได้เกิดเป็นต้นกุหลาบที่มีดอกสีแดงสด จึงมีการเรียกขานกุหลาบชนิดนี้ว่า "กุหลาบมอสส์"

นอกจากนี้ยังมีการสู้รบกันระหว่าง 2 ตระกูลใหญ่ คือ ราชวงศ์ยอร์ค ซึ่งใช้สัญลักษณ์เป็นดอกกุหลาบขาว และราชวงศ์แลงแคสเตอร์ ใช้ดอกกุหลาบแดงเป็นสัญลักษณ์และได้เรียกสงครามครั้งนี้ว่า "สงครามกุหลาบ" ซึ่งเกิดขึ้นในปี 1948 - 2028 และในสมัยต่อมา พวกกุหลาบแดงได้มาแต่งงานกับพวกกุหลาบขาว ซึ่งในปัจจุบันกุหลาบ ถือเป็นดอกไม้ประจำชาติของชาวอังกฤษ

ดังนั้น จึงถือเป็นสัญลักษณ์ในระดับสากลว่า ดอกกุหลาบเป็นสัญลักษณ์ของความรัก ในวันวาเลนไทน์หรือวันแห่งความรัก จึงมีการมอบกุหลาบให้กันเพื่อแสดงถึงความรักที่มีต่อกันนั่นเอง

ตำนานกุหลาบโลก

กุหลาบเป็นดอกไม้ที่นิยมปลูกมาแต่โบราณ ประมาณกันว่ากุหลาบเกิดขึ้นเมื่อกว่า 70 ล้านปีมาแล้ว เคยมีการค้นพบฟอสซิลของกุหลาบในรัฐโคโลราโด และรัฐโอเรกอน ประเทศสหรัฐฯ และได้พิสูจน์ว่ากุหลาบป่าเป็นพืชที่มีอายุถึง 40 ล้านปี แต่กุหลาบป่าสมัยโลกล้านปีนี้ มีรูปร่างหน้าตาไม่เหมือนกุหลาบสมัยนี้ เนื่องจากมนุษย์ได้นำเอากุหลาบป่ามาปลูก ผสม และขยายเป็นพันธุ์ต่างๆ มากมาย

ความจริงแล้วกำเนิดของกุหลาบหรือกุหลาบป่านี้ มีเฉพาะในแถบบริเวณเหนือเส้นศูนย์สูตรของโลกเท่านั้น คือ กำเนิดในภาคกลางของทวีปเอเชีย แล้วแพร่ขยายพันธุ์ไปตลอดซีกโลกเหนือ ไม่ว่าจะเป็นแถบที่มีอากาศหนาวจัดอย่าง อาร์กติก อลาสก้า ไซบีเรีย หรือแถบอากาศร้อนอย่าง อินเดีย แอฟริกาเหนือ แต่ในบริเวณแถบใต้เส้นศูนย์สูตรอย่างทวีปออสเตรเลีย หรือเกาะต่างๆ ในมหาสมุทรรวมทั้งแอฟริกาใต้ ไม่เคยมีปรากฏว่ามีกุหลาบป่าเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเลย

ตามประวัติศาสตร์ มีเรื่องเล่าว่ากุหลาบป่าถูกนำมาปลูกไว้ในพระราชวังของจักรพรรดิจีน ในสมัยราชวงศ์ฮั่นราว 5,000 ปีมาแล้ว ขณะที่อียิปต์เองก็ปลูกกุหลาบเป็นไม้ดอก ส่งไปขายให้แก่ชาวโรมันที่เป็นชาติที่รักดอกกุหลาบมาก โดยนอกจากจะสั่งซื้อจากประเทศอียิปต์แล้ว ยังลงทุนสร้างเรือนเพาะชำขนาดใหญ่สำหรับปลูกดอกกุหลาบอีกด้วย

สำหรับชาวโรมันแล้ว ดอกกุหลาบมีความสำคัญกับชีวิตประจำวัน เพราะถือว่าดอกกุหลาบเป็นสัญลักษณ์ของความรัก ซึ่งเป็นทั้งของขวัญ ใช้ร้อยเป็นมาลัยต้อนรับแขก เป็นดอกไม้สำหรับงานเฉลิมฉลองต่างๆ ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับทำขนม ทำไวน์ และน้ำมันกุหลาบยังใช้ทำเป็นยาได้อีกด้วย

กุหลาบถือเป็นสัญลักษณ์แห่งความรักและความโรแมนติก ซึ่งมีบางตำนานเล่าว่าดอกกุหลาบเป็นเสมือนเครื่องหมายแทนการกำเนิดของเทพธิดาวีนัส ซึ่งเป็นเทพแห่งความงาม และความรัก

วีนัสเป็นที่รู้จักกันในชื่อ อโฟรไดท์ ในตำนานเทพของกรีกได้กล่าวไว้ว่า น้ำตาของเธอหยดลงปะปนกับเลือดของอคอนิส

แล้วเทพอีโรส ก็ประทานกุหลาบนี้ ให้แก่ฮาร์โพเครติส ซึ่งเป็นเทพแห่งความเงียบ เพื่อที่จะเก็บซ่อนความอ่อนแอของทวยเทพทั้งหลาย ดอกกุหลาบจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของความเงียบและความเร้นลับอีกอย่างหนึ่ง

คนรักของเธอที่ถูกหมูป่าฆ่า เลือดและน้ำตาหยดลงสู่พื้นแล้วกลายเป็นดอกไม้สีแดงเข้มหรือดอกกุหลาบนั่นเอง แต่บางตำนานก็เล่าว่าดอกกุหลาบเกิดจากเลือดของอโฟรไดท์เองที่หยดลงสู่พื้น เมื่อเธอแทงตัวเองด้วยหนามแหลม

บางตำนานกล่าวว่ากุหลาบเกิดจากการชุมนุมของบรรดาทวยเทพ เพื่อประทานชีวิตใหม่ให้กับนางกินรีนางหนึ่ง ซึ่งเทพธิดาแห่งบุปผาชาติ หรือคลอริส บังเอิญไปพบนางนอนสิ้นชีพอยู่

ในตำนานนี้กล่าวว่า อโฟรไดท์ เป็นเทพผู้ประทานความงามให้ มีเทพอีกสามองค์ประทานความสดใส เสน่ห์ และความน่าอภิรมย์ และมีเซไฟรัส ซึ่งเป็นลมตะวันตกได้ช่วยพัดกลุ่มเมฆ เพื่อเปิดฟ้าให้กับแสงของเทพอพอลโล หรือแสงอาทิตย์ส่องลงมา เพื่อประทานพรอมตะ

จากนั้นไดโอนีเซียส เทพเจ้าแห่งเหล้าองุ่นก็ประทานน้ำอมฤต และกลิ่นหอม เมื่อสร้างบุปผาชาติดอกใหม่นี้ขึ้นมาได้แล้ว เทพทั้งหลายก็เรียกดอกไม้ซึ่งมีกลิ่นหอมและทรงเสน่ห์นี้ว่า Rosa และเทพธิดาคลอริสก็รวบรวมหยดน้ำค้างมาประดับเป็นมงกุฎ เพื่อมอบให้ดอกไม้นี้เป็นราชินีแห่งบุปผาชาติทั้งมวล แล้วประทานดอกกุหลาบให้กับเทพอีโรส ซึ่งเป็นเทพแห่งความรัก กุหลาบจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของความรัก แล้วเทพอีโรส ก็ประทานกุหลาบนี้ให้แก่ฮาร์โพ-เครติส ซึ่งเป็นเทพแห่งความเงียบ เพื่อที่จะเก็บซ่อนความอ่อนแอของทวยเทพทั้งหลาย ดอกกุหลาบจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของความเงียบและความเร้นลับอีกอย่างหนึ่ง

กุหลาบกลายเป็นของขวัญ ของกำนัลสำหรับการแสดงความรัก และมักจะมีผู้เปรียบเทียบความงามของผู้หญิงเป็นเสมือนดอกกุหลาบ และผู้หญิงคนแรกในประวัติศาสตร์โลกที่ได้รับสมญาว่าเป็นผู้หญิงงามเสมือนดอกกุหลาบคือ พระนางคลีโอพัตรา ซึ่งพระนางยังได้เคยต้อนรับมาร์ค แอนโทนี คนรักของพระนาง ในห้องซึ่งโรยด้วยดอกกุหลาบหนาถึง 18 นิ้ว หอมฟุ้งไปด้วยกลิ่นกุหลาบ

ตำนานกุหลาบไทย

กุหลาบมาจากคำว่า "คุล" ในภาษาเปอร์เซีย แปลว่า "สีแดง ดอกไม้ หรือดอกกุหลาบ" และเข้าใจว่าจากเปอร์เซียได้แพร่เข้าไปในอินเดีย เพราะในภาษาฮินดีมีคำว่า "คุล" แปลว่า "ดอกไม้" และคำว่า "คุลาพ" หมายถึง กุหลาบอย่างที่ไทยเราเรียกกัน แต่ออกเสียงเป็น "กุหลาบ" ส่วนคำว่า "Rose" ในภาษาอังกฤษนั้นมาจากคำว่า "Rhodon" ที่แปลว่ากุหลาบในภาษากรีก

กุหลาบเข้ามาเมืองไทยสมัยใดไม่ทราบแน่ชัด แต่จากบันทึกของ ลา ลูแบร์ ราชทูตฝรั่งเศสในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช บันทึกไว้ว่า ได้เห็นกุหลาบที่กรุงศรีอยุธยา และที่แน่นอนอีกแห่งก็คือ ในกาพย์ห่อโคลงนิราศธารโศกสมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งเป็นพระนิพนธ์ของเจ้าฟ้าธรรมาธิเบศร์ กล่าวถึงกุหลาบไว้ว่า

กุหลาบกลิ่นเฟื่องฟุ้ง เนืองนอง
หอมรื่นชื่นชมสอง สังวาส
นึกกระทงใส่พานทอง ก่ำเก้า
หยิบรอจมูกเจ้า บ่ายหน้าเบือนเสีย

สำหรับตำนานดอกกุหลาบของไทยเล่ากันว่า เป็นบทละครพระราชนิพนธ์ของรัชกาลที่ 6 เรื่อง มัทนะพาธา ในเรื่องเล่าถึงเทพธิดาองค์หนึ่งชื่อ "มัทนา" ซึ่งนางได้มีเทพบุตรองค์หนึ่งชื่อ "สุเทษณะ" ซึ่งพระองค์ทรงหลงรักเทพธิดา "มัทนา" มากแต่นางไม่มีใจรักตอบ จึงถูกสาปให้ไปเกิดเป็นดอกกุหลาบ จึงกลายเป็นตำนานดอกกุหลาบแต่นั้นมา

ตามไปดู ตลาดดอกไม้ ที่สำคัญของโลก

ตลาดประมูลดอกไม้ อาลส์เมียร์ แห่งเนเธอร์แลนด์

เนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศที่ปลูกและส่งออกดอกไม้มากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดกว่าร้อยละ 60 และโดยเฉพาะในช่วงก่อนถึงวันวาเลนไทน์ วันแห่งความรักด้วยแล้ว ตลาดการค้าและประมูลดอกไม้ของที่นี่ก็ยิ่งคึกคักมากเป็นพิเศษ

ในปีที่สภาพเศรษฐกิจทั่วโลกซบเซา ก็ไม่ส่งผลกระทบใดๆ ต่อตลาดประมูลดอกไม้ที่เมืองอาลส์เมียร์ (Aalsmeer) ของเนเธอร์แลนด์ ยิ่งในช่วง 2 สัปดาห์ก่อนวาเลนไทน์ ของทุกๆ ปีการซื้อขายประมูลยิ่งคึกคักเป็นพิเศษ ซึ่งยอดประมูลทะยานขึ้นถึง 2 เท่า เนื่องจากผู้ค้าดอกไม้จากทั่วโลกต่างต้องการดอกไม้เพื่อเก็บไว้ขายในช่วงเทศกาลสำคัญนี้ โดยเฉพาะดอกกุหลาบแดงและขาวยังคงครองแชมป์ขายดีอันดับ 1 ตามมาด้วยดอกทิวลิปและดอกเบญจมาศ

ดอกกุหลาบบางส่วนถูกส่งมาจากแหล่งเพาะปลูกในแถบแอฟริกา เช่น เอธิโอเปีย แอฟริกาใต้ และเคนยา

ธุรกิจศูนย์กลางค้าดอกไม้ในเนเธอร์-แลนด์เฟื่องฟูมาก ภายหลัง ฟลอร่าฮอลแลนด์ ได้ควบรวมกิจการกับอาลส์มีร์ ฟลาวเวอร์ อ็อกชั่น ด้วยมูลค่ากว่า 4 พันล้านยูโร เมื่อปี 2552 มีการประมูลดอกไม้ผ่านสองตลาดนี้กว่า 12,200 ล้านดอก

การตั้งราคาและประมูลดอกไม้พืชพรรณต่างๆ มีขึ้นทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ ตั้งแต่เวลา 07.30 - 11.00 น. โดยดอกไม้และพืชพรรณต่างๆ มาจากประเทศในยุโรป เอเชีย และแอฟริกา ในแต่ละวันมีการประมูลดอกไม้กว่า 19 ล้านดอก และพืชพรรณกว่า 2 ล้านต้น

> ดอกไม้และพืชพรรณต่างๆ มาจากประเทศในยุโรป เอเชีย และแอฟริกา ในแต่ละวันมีการประมูลดอกไม้กว่า 19 ล้านดอก และพืชพรรณกว่า 2 ล้านต้น

จุดเด่นที่ทำให้ตลาดการประมูลแห่งนี้เป็นที่ยอมรับของผู้ค้าทั่วโลกคงเป็นเพราะการมีวิสัยทัศน์และสร้างจุดเด่นโดยใช้สถานที่ตั้งที่เหมาะสม การจัดสถานที่ที่มีมาตรฐานเหมาะสม กับการเก็บรักษายืดอายุดอกไม้และพืชพรรณก่อนการจัดส่ง อำนวยความสะดวกให้กับผู้ขายและผู้ซื้อ รวมทั้งนโยบายการประชาสัมพันธ์อันต่อเนื่องจากภาครัฐ

นอกจากเป็นสถานที่ประมูลซื้อขายขนาดใหญ่แล้ว ตลาดประมูลดอกไม้อาลส์เมียร์ ยังเปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อชมการประมูล โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าเยี่ยมชมการประมูล พร้อมทั้งได้ชื่นชมกับพรรณไม้ ดอกไม้ และศิลปะภาพวาดที่จัดตกแต่งอย่างสวยงามภายในอาคาร นับเป็นการส่งเสริมทั้งการค้าและการท่องเที่ยวไปในคราวเดียวกันด้วย

Dubai Flower Centre ศูนย์กลางส่งออกดอกไม้ดาวรุ่งของโลก

เมื่อ 10 ปีที่แล้ว หากมีใครกล่าวว่าดูไบจะเป็นศูนย์กลางส่งออกดอกไม้ของโลก ผู้พูดคงจะได้รับเสียงหัวเราะและรับคำตอบกลับไปว่าเป็นไปไม่ได้ แต่ใครจะเชื่อว่าคำตอบเมื่อ 10 ปีที่แล้วว่า เป็นไปไม่ได้จะสามารถเป็นจริงได้ ในวันนี้นครดูไบกำลังจะกลายเป็นศูนย์กลางส่งออกดอกไม้รายใหญ่ของโลก เนื่องมาจากการจัดตั้ง "Dubai Flower Centre"

> นครดูไบกำลังจะกลายเป็นศูนย์กลางส่งออกดอกไม้รายใหญ่ของโลก เนื่องมาจากการจัดตั้ง "Dubai Flower Centre

ประเทศเนเธอร์แลนด์เป็นศูนย์ค้าดอกไม้ระดับโลก ส่วนในเอเชียนั้น รัฐบาลประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีแผนที่จะสร้างนครดูไบให้เป็นศูนย์ค้าดอกไม้ระดับภูมิภาค และวางแผนไปสู่ระดับโลกในอนาคตเช่นกัน

เนื่องจากนครดูไบเป็นศูนย์กลางการค้าในภูมิภาคอ่าวอาหรับ รัฐบาลจึงมีโครงการสร้างศูนย์กลางส่งออกดอกไม้ โดยรวมอยู่ในโครงการขยายสนามบินดูไบ ซึ่งคาดว่าจะใช้งบประมาณในการก่อสร้างทั้งหมด 2,500 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ดูไบตั้งเป้าที่จะเข้าไปสู่ตลาดการค้าดอกไม้โลก ซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่ารวมกันทั้งโลกปีละไม่น้อยกว่า 15,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และยังจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

มีรายงานจากผลการวิจัยในเรื่องการส่งออกดอกไม้ว่า ประเทศในยุโรป โดยเฉพาะเมืองอัมสเตอร์ดัม ในเนเธอร์แลนด์ ได้นำเข้าดอกไม้จากประเทศในแอฟริกาและเอเชีย โดยส่งออกต่อไปยังประเทศตะวันออกกลาง ทำให้มีราคาและระยะเวลาในการขนส่งเพิ่มขึ้น

ดังนั้น รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์จึงมีโครงการที่จะนำเข้าดอกไม้เพื่อส่งออกต่อไปยังประเทศอื่นๆ ทั่วโลกเพื่อแข่งขันกับเนเธอร์แลนด์ โดยโครงการจะประกอบไปด้วย โกดังเก็บดอกไม้ สถานที่ขนส่งสินค้า โกดังเก็บผักและผลไม้สด และสำนักงานที่ทำการของบริษัทเอกชน ซึ่งรัฐอนุญาตให้เอกชนมีสิทธิ์เป็นเจ้าของทั้งสิ้นได้

แม้จะมีข้อด้อยเรื่องสภาพภูมิประเทศ แต่รัฐบาลของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ได้เล็งเห็นความได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ จึงได้จัดตั้ง "Dubai Flower Centre" ขึ้น เพื่อแสวงหาผลประโยชน์จากการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ โดยอาศัยกลยุทธ์ที่เปิดให้มี "ฟรีโซน" ในบริเวณสนามบิน และท่าเรือ

"ฟรีโซน" จะเป็นพื้นที่ปลอดภาษีอากรทุกชนิด เหมือนฟรีโซนที่พบเห็นทั่วไป จะมีการใช้พื้นที่เพื่อดำเนินกิจการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเก็บสต็อกสินค้า การบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปสินค้า เป็นต้น โดยสินค้าที่ส่งเข้ามาดูไบ ไม่ว่าจะทางเรือหรือเครื่องบิน ก็จะสามารถนำมาพักที่ฟรีโซน เพื่อดำเนินการต่างๆ ดังกล่าว ก่อนจะขนส่งหรือดำเนินการต่อไปยังผู้บริโภคในที่ต่างๆ ทั่วโลก

ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ก็เช่นเดียวกัน "Dubai Flower Centre" จะนำดอกไม้จากประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งดอกไม้ที่ส่งมาจากประเทศไทย มารวมไว้ที่นี่ก่อน ทั้งๆ ที่ดูไบเป็นประเทศทะเลทราย และไม่ใช่ผู้บริโภคดอกไม้รายใหญ่ของโลกเลย

ระบบ "ฟรีโซน" ที่ดูไบ ช่วยให้มีการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะแทนที่จะกระจายส่งดอกไม้จากประเทศไทยไปเป็นล็อตเล็กๆ เพื่อส่งถึงแต่ละประเทศปลายทางของผู้บริโภคตัวจริง ซึ่งจะมีต้นทุนค่าขนส่งแพง

ก็สามารถส่งเป็นล็อตใหญ่ล็อตเดียวไปยังฟรีโซนของดูไบได้ เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับโลจิสติกส์ได้ที่นั่น ไม่ว่าจะเป็นการแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ การเก็บสต็อก ฯลฯ ซึ่งไม่ต้องเสียอากรขาเข้าและภาษีดำเนินการต่างๆ เลย จากนั้นจึงกระจายสินค้าต่อไปยังผู้บริโภค เพื่อให้ได้สินค้าที่มีลักษณะตามความต้องการ ในเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการแทนที่จะส่งไปยังผู้บริโภคในประเทศต่างๆ โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นประเทศในตะวันออกกลาง หรือยุโรป ด้วยกลยุทธ์นี้ สามารถทำให้ดูไบเป็นศูนย์กลางการส่งออกดอกไม้รายใหญ่ของโลกได้

สำหรับ "Dubai Flower Centre" ได้จัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางส่งออกดอกไม้โดยเฉพาะ มีพื้นที่ 100,000 ตารางเมตร สามารถเก็บดอกไม้ได้มากกว่า 500,000 ตัน โดยเป็นอาคารควบคุมอุณหภูมิอยู่ในระหว่าง 4 - 6 องศาเซลเซียส

ถึงวันนี้ "Dubai Flower Centre" จึงนับได้ว่าเป็นศูนย์กลางของธุรกิจค้าส่งดอกไม้รายใหญ่ของเอเชียและของโลกที่ใครๆ ก็ต้องกล่าวถึง ทั้งๆ ที่ดูไบไม่ใช่ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคดอกไม้รายใหญ่

จีน ยักษ์ใหญ่ที่น่าจับตา

ธุรกิจค้าดอกไม้สดถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญ และโดดเด่นยิ่งในมณฑลยูนนาน เนื่องจากการมีตลาดรองรับขนาดใหญ่ อีกทั้งเป็นธุรกิจสำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรชาวยูนนาน

โดยที่ผ่านมา รัฐบาลมณฑลยูนนานจะให้เงินทุนสนับสนุน 10 ล้านหยวน เพื่อพัฒนาธุรกิจค้าดอกไม้สดเป็นประจำทุกๆ ปี โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพดอกไม้สด พัฒนาสถานที่เพาะพันธุ์ดอกไม้ แก้ปัญหาต่างๆ เพื่อเพิ่มผลผลิต การวิจัยพันธุ์ดอกไม้สดชนิดใหม่ๆ การพัฒนาด้านการขนส่ง และการจำหน่ายดอกไม้สดออกต่างประเทศ ซึ่งเงินสนับสนุนจะเน้นความสำคัญไปที่การสร้าง และขยายพื้นที่ในการเพาะปลูก การพัฒนาพันธุ์ดอกไม้ป่า และการเพาะเมล็ดพันธุ์ดอกไม้สดที่มีคุณภาพ เป็นต้น

ปัจจุบันธุรกิจค้าดอกไม้สดในมณฑลยูนนาน ได้ครองตลาดดอกไม้สดกว่าร้อยละ 80 ในประเทศจีน รัฐบาลมณฑลยูนนานจึงได้สร้างสถาบันเพื่อวิจัยและพัฒนาพันธุ์ดอกไม้ รวมทั้งจัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ และนำผลการวิจัยทางวิทยาศาสตร์มาช่วย ในการพัฒนาและเพาะพันธุ์ดอกไม้ที่แปลกใหม่ โดยในขณะนี้มณฑลยูนนานมีการวิจัยเพาะพันธุ์ดอกไม้ชนิดใหม่ๆ ออกมามากกว่า 100 ชนิด และมีดอกไม้จำนวน 36 ชนิดได้รับสิทธิบัตรคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

รัฐบาลจีนได้สร้างตลาดประมูลไม้ดอก (Flower Auction Market) ขึ้นในนครคุนหมิง ตามโมเดลของเนเธอร์แลนด์ โดยลงทุน 120 ล้านหยวน ในเฟสแรก และยังลงนามในสัญญากับบริษัท Aalsmeer Flower Auction ของเนเธอร์แลนด์ เพื่อให้สนับสนุนด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล สำหรับการจัดการระบบตลาดประมูลไม้ดอก

นอกจากมณฑฑยูนนานแล้ว อุตสาหกรรมดอกไม้ของเมืองอิ๋นชวน เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ย ได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้ภาครัฐของเมืองอิ๋นชวนได้ออกมาตรการสนับสนุนให้เงินอุดหนุน และเตรียมวางแผนให้อุตสาหกรรมดอกไม้ของเมืองหนิงเซี่ย

> รัฐบาลจีนได้สร้าง
> ตลาดประมูลไม้ดอก
> ขึ้นในคุนหมิง
> ตามโมเดลของเนเธอร์แลนด์
> โดยใช้เงินลงทุน
> 120 ล้านหยวน ในเฟสแรก

ได้มีมูลค่าการตลาด 300 ล้านหยวนในอีก 10 ปีข้างหน้า รวมทั้งขยายพื้นที่เพาะปลูกดอกไม้ให้เพิ่มขึ้นอีกเท่าตัว เพื่อทำให้เมืองหนิงเซี่ยกลายเป็น "เมืองดอกไม้แห่งภาคตะวันตกเฉียงเหนือของจีน"

เมืองอิ๋นชวนมีอากาศที่เหมาะสมแก่การปลูกดอกไม้ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยแสงอาทิตย์ มีอุณหภูมิของอากาศระหว่างกลางวันและกลางคืนที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลดีต่อการปลูกดอกไม้และการเก็บรักษา ดอกไม้จึงมีคุณภาพดีและสวยงาม นอกจากนี้การขนส่งจากเมืองหนิงเซี่ยไปยังนครซีอาน กรุงปักกิ่งและมณฑลทางตอนเหนือและกลางของจีน มีต้นทุนที่ถูกกว่านครคุนหมิง

ปี 2553 ที่ผ่านมา เมืองอิ๋นชวนได้เพิ่มพื้นที่เพาะปลูกดอกไม้เกือบ 2,000 ไร่ โดยให้ความสำคัญกับดอกไม้ 3 ชนิด คือ ดอกเยว่จี้ (กุหลาบจีน) ดอกคาร์เนชั่น และดอกเยอบีร่า ขณะเดียวกัน รัฐบาลท้องถิ่นหนิงเซี่ยยังได้ออกมาตรการสนับสนุนให้เงินอุดหนุนแก่ผู้ปลูกดอกไม้ เช่น การคลังของเมืองให้เงินสนับสนุนเกษตรกรที่ปลูกดอกไม้ในเรือนกระจกหมู่ละ 6,000 หยวน และการคลังของเขตให้เงินสนับสนุนหมู่ละ 2,000 หยวน นอกจากนี้ ภาครัฐอิ๋นชวนยังให้เงินรางวัลจำนวน 100,000 หยวนแก่วิสาหกิจที่คิดค้นเมล็ดพันธุ์ดอกไม้ใหม่ได้สำเร็จ และขยายการเพาะปลูกมากกว่า 40 ไร่อีกด้วย

นโยบายกระตุ้นการลงทุนของ SMEs ไทย

นางอรรชกา สีบุญเรือง เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กล่าวเปิดการสัมมนา

SMEs เล็ก แต่ยิ่งใหญ่

บีโอไอ เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมและชักจูงให้เกิดการลงทุนขึ้นในประเทศ โดยผู้ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอจะได้รับสิทธิประโยชน์ทั้งด้านภาษีอากร และมิใช่ภาษีอากร

บีโอไอเล็งเห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ จึงมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการ SMEs มาตั้งแต่ปี 2535 โดยได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจมาอย่างต่อเนื่อง

> บีโอไอประกาศนโยบายส่งเสริม SMEs ปรับปรุงใหม่ โดยได้เพิ่มประเภทกิจการ SMEs ที่เปิดให้การส่งเสริมฯ จากเดิม 10 ประเภท เป็น 57 ประเภท

ล่าสุดนี้ บีโอไอได้ประกาศนโยบายส่งเสริม SMEs ปรับปรุงใหม่ ซึ่งได้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 5 มกราคม 2553 ที่ผ่านมา โดยได้เพิ่มประเภทกิจการ SMEs ที่เปิดให้การส่งเสริมฯ จากเดิม 10 ประเภท เป็น 57 ประเภท เพื่อให้เอื้ออำนวยต่อการลงทุนโดยผู้ประกอบการที่มีขนาดการลงทุนเพียงห้าแสนบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ก็สามารถขอรับการส่งเสริมฯ ได้

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศประมาณ 2.82 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 99.7 ของวิสาหกิจทั่วประเทศ มีการจ้างงานจำนวน 8.9 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 76 ของการจ้างงาน ก่อให้เกิดมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม 3.44 ล้านล้านบาท

นางวัชรี ถิ่นธานี ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการลงทุน บรรยายนโยบายส่งเสริมกิจการ SMEs

คิดเป็นร้อยละ 37.8 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ ที่สำคัญสร้างรายได้ในการส่งออก 1.69 ล้านล้านบาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 28.9 ของการส่งออกรวมทั้งประเทศ

ในขณะที่ตั้งแต่ประกาศนโยบายส่งเสริม SMEs ใหม่นี้ มีโครงการยื่นขอรับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายนี้ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงกันยายน 2553 เพียง 80 โครงการ เงินลงทุนรวม 1,458 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.2 ของโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมฯ โดยเป็นการลงทุนในประเภทกิจการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกหรือเคลือบด้วยพลาสติกมากที่สุด รองลงมาคือ กิจการผลิตถนอมอาหาร สิ่งปรุงแต่งอาหารโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

ผู้เข้าร่วมการสัมมนา

การเสวนา "SMEs กับการเข้าถึงแหล่งเงินทุน"

ตั้งแต่ประกาศนโยบายส่งเสริม SMEs ใหม่ มีโครงการยื่นขอรับการส่งเสริมฯ ประเภทกิจการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกหรือเคลือบด้วยพลาสติกมากที่สุด

เร่งจัดสัมมนากระตุ้นการลงทุนของ SMEs

การขอรับการส่งเสริมฯ ของผู้ประกอบการ SMEs ยังน้อยมาก บีโอไอจึงมุ่งที่จะขยายฐานการส่งเสริมแก่ SMEs ให้มากยิ่งขึ้น จึงจัดให้มีการสัมมนาส่งเสริมการลงทุน ส่งเสริม SMEs เรื่อง "SMEs ลงทุนอย่างไร...จึงได้รับสิทธิประโยชน์ด้านภาษี" ขึ้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2553 ณ ห้องจูปิเตอร์ ชั้น 3 โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ เพื่อให้ผู้ประกอบการในพื้นที่กรุงเทพฯ และพื้นที่ใกล้เคียง ได้รับทราบเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมการลงทุน และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

การสัมมนาครั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารนครหลวงไทย (จำกัด) มหาชน ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย บริษัท ศรีฟ้า โฟรเซนฟู้ด จำกัด และหน่วยพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (BUILD) ร่วมออกบูธแสดงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมฯ และบริการต่างๆ

มีผู้เข้าร่วมสัมมนาจำนวน 280 ราย ประกอบด้วยผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่กรุงเทพฯ และใกล้เคียง ผู้แทนจากสถาบันการเงิน และผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ

สรุปผลการเปิดให้คำปรึกษาการลงทุน

หลังจากเปิดให้คำปรึกษาการลงทุน ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการและประสงค์จะขอรับการส่งเสริมฯ จำนวน 11 ราย ดังนี้

1. กิจการผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง (สัตว์น้ำ) ขนาดการลงทุน 69 ล้านบาท
2. กิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ขนาดการลงทุน 30 ล้านบาท
3. กิจการผลิตชิ้นส่วนจากพลาสติก ขนาดการลงทุน 30 ล้านบาท
4. กิจการผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง (สัตว์น้ำ) ขนาดการลงทุน 25 ล้านบาท

บริการตอบคำถามด้านการลงทุนในช่วงบ่าย

5. กิจการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำนวน 2 ราย ขนาดการลงทุนรายละ 20 ล้านบาท
6. กิจการผลิตแพ็คเก็จจิ้ง ขนาดการลงทุน 18 ล้านบาท
7. กิจการผลิตชุดชั้นใน ขนาดการลงทุน 10 ล้านบาท
8. กิจการผลิตเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน ขนาดการลงทุน 5 ล้านบาท
9. กิจการผลิตขนมข้าวโพดอบกรอบ ขนาดการลงทุน 4 ล้านบาท
10. กิจการผลิตเครื่องนุ่งห่ม ขนาดการลงทุน 3 ล้านบาท

หลังจากจัดสัมมนาในครั้งนี้ มีผู้สนใจจะยื่นคำขอรับการส่งเสริมฯ ขนาดการลงทุนทั้งสิ้นประมาณ 234 ล้านบาท

หลังจากการจัดกิจกรรมสัมมนาในครั้งนี้ มีผู้สนใจจะยื่นคำขอรับการส่งเสริมฯ ขนาดการลงทุนทั้งสิ้นประมาณ 234 ล้านบาท

นอกจากนี้ ในปี 2554 จะมีการจัดสัมมนาเช่นเดียวกันนี้อีก 3 ครั้ง คือ เดือนกุมภาพันธ์ ที่จังหวัดชัยนาท เดือนมิถุนายน ที่จังหวัดอ่างทอง และเดือนสิงหาคม ที่จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อเผยแพร่นโยบายส่งเสริม SMEs ให้เป็นที่รู้จักทั่วประเทศ และชักจูงให้ผู้ประกอบการ SMEs มาขอรับการส่งเสริมฯ ให้มากยิ่งขึ้น และหากท่านผู้อ่านต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริม SMEs เพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ที่สำนักพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการลงทุน โทร. 0 2553 8247 โทรสาร 0 2553 8321 อีเมล : facility@boi.go.th

OSOS เปิดให้บริการนักลงทุนครบ 1 ปี

การจัดตั้งศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน (One Start One Stop Investment Center: OSOS) เป็นมาตรการปรับปรุงการให้บริการของรัฐที่เป็นรูปธรรมมาตรการหนึ่ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ ทั้งนักลงทุนรายเดิม (Existing Investors) และเป็นการเร่งรัดขั้นตอนต่างๆ แก่นักลงทุนรายใหม่ (New Investors) ให้สามารถเริ่มต้นประกอบธุรกิจได้เร็วขึ้น

ทั้งเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุนเห็นว่า ภาครัฐต้องการมุ่งเน้นการปรับปรุงการให้บริการ และกระตุ้นให้เกิดการลงทุนอันจะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์และบรรยากาศการลงทุนที่ดีของประเทศไทยในภาพรวม

การดำเนินการในปีแรก ได้รวบรวมบริการที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นทำธุรกิจในประเทศไทยจาก 10 กระทรวง 21 หน่วยงาน มาให้บริการนักลงทุน ณ จุดเดียว ประกอบด้วย

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
- กรมศุลกากร กรมสรรพากร และกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
- กรมธุรกิจพลังงาน และกรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ กระทรวงพลังงาน
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กรมโรงงานอุตสาหกรรม การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม
- กรมที่ดิน กรมโยธาธิการและผังเมือง การประปาส่วนภูมิภาค การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และการไฟฟ้านครหลวง กระทรวงมหาดไทย

ในการดำเนินการในปีแรก ได้รวบรวมบริการที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นทำธุรกิจในประเทศไทยจาก 10 กระทรวง 21 หน่วยงาน มาให้บริการนักลงทุน ณ จุดเดียว

- กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นับจากเปิดให้บริการนักลงทุนมาครบ 1 ปี จำนวนผู้มาขอรับบริการเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ คือ นักลงทุนและผู้ประกอบการร้อยละ 94 ตั้งแต่วันที่ 23 พฤศจิกายน 2552 ถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2553 มีจำนวนผู้มาใช้บริการรวม 2,482 ราย (Visit) ดังนี้

1. นักลงทุน 2,332 ราย (ร้อยละ 94)
2. นักวิชาการ 27 ราย (ร้อยละ 1)
3. ประชาชนทั่วไป 123 ราย (ร้อยละ 5)

แยกเป็นสัญชาติไทย 2,248 ราย (ร้อยละ 90.8) และนักลงทุนต่างชาติ 234 ราย (ร้อยละ 9.2) ดังนี้

สัญชาติ	จำนวน (ราย)
ญี่ปุ่น	39
อินเดีย	25
จีน	22
สหรัฐอเมริกา	19
ฝรั่งเศส	12
เยอรมนี	11
มาเลเซีย	11
สิงคโปร์	10
ไต้หวัน	10
สาธารณรัฐเกาหลี	8
ออสเตรเลีย	8
นอร์เวย์	7
สหราชอาณาจักร	6
สวิตเซอร์แลนด์	5
อิตาลี	5
แคนาดา	3
อินโดนีเซีย	3
ไอร์แลนด์	3
เบลเยียม	2
เวียดนาม	2
เยเมน	2
สเปน	2
พม่า	2
ฮ่องกง	2
โคลัมเบีย	1
เดนมาร์ก	1
นิวซีแลนด์	1
ไนจีเรีย	1
สวีเดน	1
อิสราเอล	1
อิหร่าน	1
ฮอลแลนด์	1
ฮังการี	1
ไม่ได้แจ้งสัญชาติ	7

นักลงทุนต่างชาติส่วนมาก เป็นนักลงทุนรายใหม่ ที่ต้องการรับทราบข้อมูล

ในเบื้องต้นเพื่อเตรียมการลงทุน หรือทำธุรกิจ อาทิ

- บีโอไอ ในเรื่องการยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุน เขตส่งเสริมการลงทุน กิจการที่เปิดให้การส่งเสริมการลงทุน สิทธิประโยชน์ทั้งภาษีอากรและมิใช่ภาษีอากร
- การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในเรื่องการใช้ที่ดินในนิคมฯ สาธารณูปโภค สาธารณูปการ ราคา ความเหมาะสมของนิคมฯ ตามประเภทกิจการอุตสาหกรรม
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในเรื่องประเภทกิจการที่ต้องทำ EIA หรือ HIA แนวทางการจัดทำรายงาน EIA
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในเรื่องของการจดทะเบียนบริษัท และการขออนุญาตดำเนินธุรกิจของคนต่างด้าวกรณีหุ้นต่างชาติข้างมากหรือทั้งหมด
- กรมสรรพากร ในเรื่องระบบการจัดเก็บภาษีของประเทศไทย เช่น ประเภทและอัตราภาษีที่ธุรกิจต่างชาติต้องชำระ การเสียภาษีเงินได้จากการดำเนินกิจการสำนักงานผู้แทน และสำนักงานสาขา ขั้นตอนวิธีการในการยื่นชำระภาษีต่างๆ และการขอคืนภาษี ขั้นตอนและวิธีการขออนุมัติส่งรายได้กลับประเทศ (บริษัทแม่) การยื่นขอดำเนินกิจการ ROH พร้อมเงื่อนไข สิทธิประโยชน์ทางภาษีและอนุสัญญาภาษีซ้อน (Double Taxation)
- กรมศุลกากร ในเรื่องพิธีการศุลกากร พิกัดอัตราภาษีศุลกากรทั่วไป ภายใต้กรอบข้อตกลง FTA กับประเทศต่างๆ
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม ในเรื่องการขออนุญาตตั้งโรงงาน ระเบียบและข้อกำหนดในเรื่องที่ตั้งโรงงานตาม พ.ร.บ.โรงงาน และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิ่งแวดล้อม

บริการของหน่วยงานอื่นๆ ที่มีจำนวนผู้ขอรับบริการน้อย เนื่องจากในเบื้องต้นนักลงทุนจะให้ความสำคัญกับข้อมูลและขั้นตอนเกี่ยวกับการเริ่มต้นการลงทุนก่อน ส่วนข้อมูลที่เกี่ยวกับสาธารณูปโภค สาธารณูปการจะเป็นข้อมูลในขั้นของการตัดสินใจลงทุนแล้ว และบางบริการของหน่วยงานเป็นบริการเฉพาะ ที่ให้กับการลงทุนในบางประเภทกิจการเท่านั้น

สำหรับผู้มาขอรับบริการที่เป็นนักลงทุนไทย ส่วนมากเป็นผู้ประกอบการรายเดิมที่ดำเนินกิจการแล้วในปัจจุบัน แต่มีความต้องการรับบริการในเรื่องการขออนุมัติ - อนุญาตของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ด้านจดทะเบียนธุรกิจ

ซึ่งการให้บริการเบ็ดเสร็จที่ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน ณ อาคารจัตุรัสจามจุรี มีความสะดวกในการเดินทางมาติดต่อขอรับบริการ เนื่องจากอยู่ในใจกลางย่านธุรกิจของกรุงเทพฯ

นอกจากนั้น ผู้ที่มาติดต่อในเรื่องวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน ที่ต้องการให้หน่วยงานรับรองเอกสาร ได้รับความสะดวกในการขอรับบริการดังกล่าวจากศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน แทนที่จะต้องเดินทาง

ไปที่สำนักงานประกันสังคม หรือสำนักงานพาณิชย์ในเขตพื้นที่

จำนวนครั้งที่มาขอรับบริการแยกตามประเภท

ประเภทบริการ	จำนวน (ครั้ง/เรื่อง)
1. ให้คำปรึกษา	1,346
2. รับเรื่อง-ส่งต่อ	59
3. จดทะเบียน อนุมัติ-อนุญาต	5,050
4. การแนะนำ OSOS	98
5. รับคณะนักลงทุน	61
6. จัดกิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขายร่วมกับ BUILD	2

OSOS ปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง

ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2553 ศูนย์ OSOS ได้ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ขยายการให้บริการแก่นักธุรกิจให้ได้รับความสะดวก และครอบคลุมบริการให้ทั่วถึงยิ่งขึ้น

โดยการเปิดให้บริการจุดเริ่มต้นธุรกิจ ณ จุดเดียวกัน (Single Point) ด้วยการรับจดทะเบียนบริษัท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) พร้อมออกเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร (กรมสรรพากร) และเลขที่บัญชีนายจ้าง (สำนักงานประกันสังคม) โดยใช้แบบฟอร์มร่วมกัน (Single Form) และเอกสารประกอบชุดเดียวกัน (Single Document) เพื่อลดขั้นตอนของผู้ที่ต้องการจะเริ่มต้นประกอบธุรกิจให้ดำเนินการได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ยังได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานเดิมในการเพิ่มบริการที่ศูนย์ OSOS ได้แก่

1. การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพิ่มการให้บริการในส่วนของการพิจารณาอนุญาตนำช่างฝีมือ ผู้ชำนาญการต่างด้าวและครอบครัว เข้ามาและอยู่ในราชอาณาจักร จากเดิมที่ให้บริการเฉพาะ การให้คำปรึกษามาเป็นการอนุมัติ-อนุญาต ได้ทันที เพื่อให้บริการเสร็จสิ้น ณ จุดเดียว

2. สำนักงานประกันสังคม เปิดให้บริการรับรองแบบประกันสังคม สปส. 1 - 10 เพื่อใช้ยื่นต่อสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน ในการยื่นขออยู่ต่อในราชอาณาจักรประเภทธุรกิจ

ขยายผลและต่อยอดการให้บริการให้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น

ด้วยบริการดังต่อไปนี้

1. การจัดนักลงทุนให้พบปะผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศ (Suppliers) ทำให้มีการติดต่อซื้อขายกันต่อไป โดยการประสานหน่วยพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (BOI Unit for Industrial Linkage Development: BUILD) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนที่ต้องการจัดซื้อ/จัดหาชิ้นส่วนในประเทศ

2. การนัดหมายดูพื้นที่ของนิคมอุตสาหกรรม ทั้งของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และเขตอุตสาหกรรมของเอกชน

3. ตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม 2553 บีโอไอได้ย้ายที่ทำการของศูนย์บริการวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน มาอยู่ที่เดียวกับศูนย์ OSOS เพื่อให้สามารถให้บริการอย่างครบวงจรแก่นักลงทุน โดยมีบริการจาก 3 หน่วยงาน คือ

- การพิจารณาอนุญาตให้อยู่ในประเทศ รวมถึงการอนุญาตให้เดินทางกลับเข้ามาในราชอาณาจักร และการเปลี่ยนประเภทของวีซ่า ของสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง
- การพิจารณาอนุญาตให้ทำงานในประเทศ ของกรมการจัดหางาน
- การพิจารณาอนุญาตให้ช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการต่างชาติที่จะเข้ามาทำงานในบริษัทที่ได้รับส่งเสริมฯ รวมถึงคู่สมรสและผู้อยู่ในอุปการะของกลุ่มผู้ชำนาญการต่างประเทศ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

จากการให้บริการนักลงทุนที่ผ่านมา พบว่านักลงทุนมีความต้องการบริการเพิ่มเติมในส่วนของการเริ่มทำธุรกิจในประเทศไทย ทั้งจาก 21 หน่วยงาน 10 กระทรวง ที่มาให้บริการที่ศูนย์ OSOS และที่ยังไม่ได้จัดส่งเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงาน

การแก้ไขปัญหาที่ได้ดำเนินการแล้ว 4 วิธี

1) ประสานหน่วยงานที่มาให้บริการเดิม ขอให้พิจารณาเพิ่มภารกิจให้ครอบคลุมกับความต้องการของนักลงทุน ได้แก่

- การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในเรื่องการพิจารณาอนุมัติอนุญาตนำช่างฝีมือผู้ชำนาญการต่างด้าวและครอบครัวเข้ามาอยู่ในราชอาณาจักร ซึ่งเดิมให้เพียงคำปรึกษาแนะนำ
- สำนักงานประกันสังคม ในการให้บริการคัดและรับรองเอกสาร ได้แก่ สำเนาแบบประกันสังคม สปส. 1 - 10 ย้อนหลัง 3 เดือน เพื่อนำไปใช้ประกอบการพิจารณาให้อยู่ต่อของสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์บริการวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน และการอื่นที่เกี่ยวข้อง
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในการให้บริการ ณ จุดเดียว (Single Point) โดยให้กรมพัฒนาธุรกิจการค้าให้บริการออกเลขทะเบียนนิติบุคคล (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร (กรมสรรพากร) และเลขที่บัญชีนายจ้าง (สำนักงานประกันสังคม) ณ ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน

2) การเพิ่มหน่วยงานที่มาปฏิบัติงาน ได้แก่

- ศูนย์บริการร่วมกระทรวงอุตสาหกรรม ในการประสานหน่วยงานในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ทั้งในระดับกรมและสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ที่ไม่ได้ส่งเจ้าหน้าที่มาให้บริการ ในกรณีมีการนัดหมายและมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน รวมถึงการนัดหมายให้ไปพบที่หน่วยงาน

3) การสร้างเครือข่าย Network และประสานขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งขอเชิญส่งเจ้าหน้าที่มาร่วมให้คำปรึกษากับนักลงทุน หรือนัดหมายให้นักลงทุนไปพบเจ้าหน้าที่ที่หน่วยงาน โดยเบื้องต้นได้ร่วมงานกับหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

- สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (Office of the Energy Regulatory Commission) ในประเด็นเรื่องใบอนุญาตตั้งโรงไฟฟ้า
- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน ในประเด็นนโยบายและมาตรการสนับสนุนของกระทรวงพลังงาน ผ่านทางกรมฯ
- กรมป่าไม้ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาตตั้งโรงงานแปรรูปไม้ การนำเข้าไม้จากต่างประเทศ รายชื่อไม้ที่สามารถนำมาใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ในกิจการผลิตเครื่องเรือนหรือชิ้นส่วน
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ในประเด็นการให้ความเห็นชอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการพิจารณาให้การส่งเสริมกิจการ 6.3 ผลิตเคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly Chemicals)
- อุทยานวิทยาศาสตร์ (Thailand Science Park) ในประเด็นบุคลากรทางด้านวิทยาศาสตร์ นวัตกรรม และเทคโนโลยี รวมถึงหลักสูตรการอบรม การให้บริการต่างๆ

- เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย (Software Park Thailand) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์
- การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ฝ่ายส่งเสริมการลงทุน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ที่ดินในนิคมฯ สาธารณูปโภค สาธารณูปการ ราคา และความเหมาะสมของนิคมฯ ตามประเภทกิจการอุตสาหกรรม
- ศูนย์บริการส่งออกเบ็ดเสร็จ กรมส่งเสริมการส่งออก ในประเด็นเกี่ยวข้องกับการส่งออกผลิตภัณฑ์
- บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในประเด็นเรื่องของ Internet Broadband และ Internet Backbone
- ธนาคารต่างๆ อาทิ กสิกรไทย กรุงไทย กรุงเทพ ไทยพาณิชย์ HSBC ในประเด็นการเปิดบัญชีธนาคาร การโอนเงินเข้า-ออก
- SME Bank ในประเด็นการให้การสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4) ประสานเพื่อขอชื่อและที่ติดต่อเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เฉพาะเรื่อง (Expert หรือ Specialist) ของหน่วยงานต่างๆ เพื่อจัดทำเป็น Contact List สำหรับประสานเพื่อเชิญมาร่วมให้บริการคำปรึกษาให้กับนักลงทุน

การรับคณะนักลงทุน

ผู้บริหารของบีโอไอได้จัดการประชุมและรับคณะนักลงทุนจากประเทศต่างๆ ที่ศูนย์ OSOS ตลอดช่วงปีที่ผ่านมา ได้แก่ รัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ หอการค้าต่างประเทศ คณะผู้บริหารจากธนาคารต่างประเทศ คณะนักลงทุนและผู้บริหาร คณะทูตานุทูต ที่ปรึกษาฝ่ายเศรษฐกิจและพาณิชย์ และสื่อมวลชนต่างประเทศ เป็นต้น

คลินิกมาตรา 67

รัฐบาลได้จัดตั้งคลินิกมาตรา 67 ที่ศูนย์ OSOS พร้อมจัดให้เป็นสถานที่จัดประชุมคณะทำงานกลาง เพื่อให้ข้อมูลและคำปรึกษาแนะนำภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรา 67 วรรค 2 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย รวมถึงการจัดประชุมร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อแก้ไขปัญหานิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ตลอดช่วงปีที่ผ่านมา

การให้บริการของ OSOS นับเป็นการยกระดับความพึงพอใจในบริการที่ได้รับอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้จากผลสำรวจความพึงพอใจในรอบ 1 ปี นับจากเริ่มเปิดให้บริการในระดับมากถึงมากที่สุด จากผู้มาขอรับบริการที่ OSOS สูงถึงร้อยละ 99.7

ผลสำรวจความพึงพอใจ

การให้บริการของศูนย์ OSOS นับเป็นการยกระดับความพึงพอใจในบริการที่ได้รับอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้จากผลสำรวจความพึงพอใจในรอบ 1 ปีนับจากเริ่มเปิดให้บริการในระดับมากถึงมากที่สุดจากผู้มาขอรับบริการที่ศูนย์ OSOS สูงถึง

ร้อยละ 99.7 ในเรื่องสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และความรวดเร็วในการให้บริการ ร้อยละ 98.6 การเอาใจใส่ กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ร้อยละ 98.3 การให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถาม ข้อมูลชัดเจน รวมถึงความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ และมีความพึงพอใจในภาพรวมของบริการทั้งหมดในระดับ ร้อยละ 96.9

ข้อมูลระหว่างวันที่ 25 มกราคม - 30 พฤศจิกายน 2553 จากจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ 286 ราย

หน่วย : ร้อยละ

ระดับความพึงพอใจในบริการ	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง
สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งแวดล้อม	89.9	9.8	0.3	-
ความเหมาะสมของที่ตั้ง	84.3	14.3	1.0	0.4
ความสะดวก รวดเร็ว ด้านบริการ	82.9	15.7	1.4	-
การให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถาม และข้อมูลชัดเจน	76.6	20.3	2.8	0.3
ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	75.9	20.6	3.5	-
ความเอาใจใส่ กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ	87.8	10.5	1.4	0.3
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	80.1	18.5	1.4	-

ยุทธศาสตร์การลงทุนไทยในต่างประเทศ

จากนโยบายการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ เพื่อช่วยเชื่อมโยงและเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่อุตสาหกรรมไทย โดยเฉพาะประเภทอุตสาหกรรมที่หากมีการลงทุนไทยในต่างประเทศแล้วสามารถเชื่อมโยงกลับมาสร้างความเข้มแข็งกับอุตสาหกรรมภายในประเทศได้

ภาพรวม

จากสถิติของ UNCTAD ประเทศไทยมีตัวเลขมูลค่าลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (OFDI) สะสมถึงปี 2552 น้อยมาก คือ มีมูลค่า 16,303 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 6.2 ของ GDP เมื่อเปรียบเทียบกับตัวเลขรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) สะสม ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 37.5 ของ GDP ขณะที่ประเทศอื่นๆ จะมีความสมดุลมากกว่า เป็นต้นว่า สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฯลฯ สรุปได้ ดังนี้

การส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศจะช่วยให้เกิดการแสวงหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ เช่น เกษตร เหมืองแร่ ประมง อัญมณี และพลังงาน ช่วยสร้างโอกาสในการขยายตลาดสินค้า เช่น ชิ้นส่วนยานยนต์ อาหารสัตว์ สินค้าเกษตรแปรรูป ทำให้เกิดฐานการผลิตที่มีต้นทุนต่ำ หรือมีความพร้อมด้านการผลิตมากกว่า เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องประดับ รวมทั้ง ยังช่วยแสวงหาเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ

การลงทุนไทยในต่างประเทศของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ข้อมูลการลงทุนในต่างประเทศ เฉพาะในปี 2552 ไทยแซงหน้าอินโดนีเซีย กลายเป็นประเทศไปลงทุนในต่างประเทศมากเป็นอันดับ 3 ของอาเซียน

ตัวเลขการลงทุนในต่างประเทศสะสมของประเทศต่างๆ (Outward FDI Stock) ถึงปี 2552

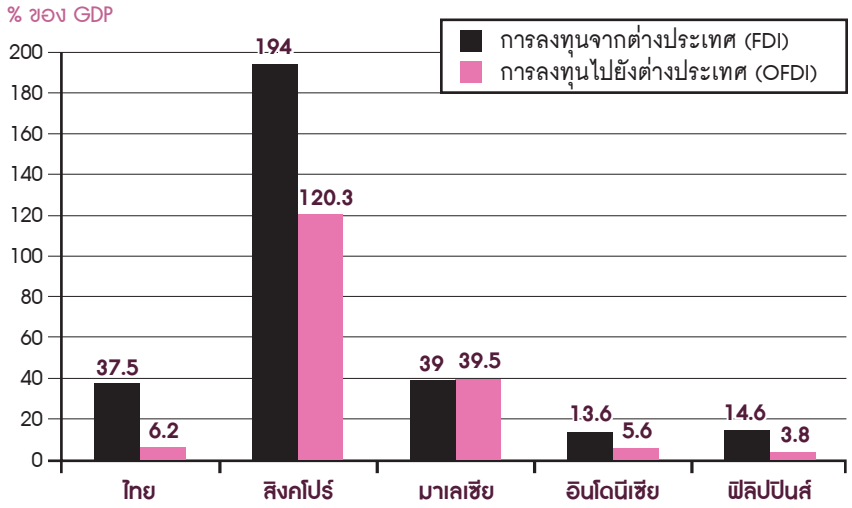
ประเทศ	ล้านเหรียญสหรัฐฯ	ร้อยละของ GDP
สิงคโปร์	213,110	120.3
ไต้หวัน	181,008	47.8
จีน	229,600	4.9
เกาหลีใต้	115,620	13.9
มาเลเซีย	75,618	39.5
อินโดนีเซีย	30,183	5.6
ไทย	16,303	6.2
ฟิลิปปินส์	6,095	3.8

แหล่งข้อมูล : UNCTAD. World Investment Report 2010

การลงทุนไทยในต่างประเทศของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ข้อมูลในปี 2552 ไทยแซงหน้าอินโดนีเซีย กลายเป็นประเทศไปลงทุนในต่างประเทศมากเป็นอันดับ 3 ของอาเซียน

โดยจากรายละเอียดของภาพรวมการไปลงทุนในต่างประเทศ เป็นดังนี้

FDI และ OFDI สะสมถึงปี 2552



การลงทุนของไทยไปต่างประเทศในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยตัวเลขล่าสุดในปี 2552 การลงทุนของไทยไปยังต่างประเทศมีมูลค่า 3,818 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มากเป็นอันดับ 3 ของอาเซียน รองจากมาเลเซีย และสิงคโปร์

มูลค่าการลงทุนตรง (FDI) ไปยังต่างประเทศ

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ประเทศ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
มาเลเซีย	2,972	6,084	11,280	14,988	8,038
สิงคโปร์	11,218	18,811	27,645	8,478	5,979
ไทย	529	970	2,850	2,560	3,818
อินโดนีเซีย	3,065	2,726	4,675	5,900	2,949
ฟิลิปปินส์	189	103	3,536	259	359

แหล่งข้อมูล : World Investment Report 2010

แนวโน้มสำคัญของการลงทุนไทยในต่างประเทศสรุปได้ ดังนี้

(1) จากการที่ภาคธุรกิจไทยมีความเข้มแข็งทางการเงินมากขึ้น และค่าเงินบาทที่แข็งตัวสูงขึ้น ทำให้นักธุรกิจไทยสนใจลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้น

(2) ภาคธุรกิจมีแนวโน้มสนใจลงทุนในรูปแบบการซื้อกิจการมากขึ้น แม้จะมีความเสี่ยงสูง เนื่องจากทำให้สามารถขยายธุรกิจอย่างรวดเร็ว ได้ฐานลูกค้า แบรนด์ ทรัพย์สินทางปัญญา บุคลากร ฯลฯ

(3) ภาคธุรกิจสนใจไปลงทุนในประเทศต่างๆ ที่ห่างไกลมากขึ้น จากเดิมมักลงทุนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีน ได้เริ่มขยายไปยังอินเดีย ออสเตรเลีย และตะวันออกกลาง

จากการที่ภาคธุรกิจไทยมีความเข้มแข็งทางการเงินมากขึ้น และค่าเงินบาทที่แข็งตัวสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจไทยสนใจลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้น

จากข้อมูลของหน่วยงานส่งเสริมการลงทุนของประเทศต่างๆ แสดงให้เห็นว่า จากมูลค่าการลงทุนสะสม ของไทยในต่างประเทศ ประเทศไทยเป็นนักลงทุนต่างชาติอันดับ 1 ในสหภาพพม่า (2531 - 2551) และในลาว (2543 - 2552) เป็นอันดับ 7 ของประเทศกัมพูชา (2537 - 2550) เป็นอันดับที่ 10 ของประเทศเวียดนาม (จนถึงธันวาคม 2552) อันดับที่ 18 ของประเทศจีน (2522 - 2550) และอันดับ 19 ของประเทศอินเดีย (2534 - มีนาคม 2550)

ประเทศไทยเป็นนักลงทุนต่างชาติอันดับ 1 ในสหภาพพม่า และในลาว เป็นอันดับ 7 ของกัมพูชา

ประเทศ	จำนวนโครงการ	เงินลงทุน (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	ลำดับที่ของไทยในการลงทุนของประเทศนั้นๆ
พม่า (2531-2551)	58	7,391.8	1
ลาว (2543-2552)	241	2,649.6	1 (ปี 2552)
กัมพูชา (2537-2550)	65	287.4	7 (ปี 2550)
เวียดนาม (ถึงธันวาคม 2552)	220	5,774	10 (ปี 2552)
จีน (2522-2550)	3,927	3,186.2	18 (ปี 2550)
อินเดีย (2534 - มีนาคม 2550)	144	831	19

แหล่งข้อมูล: หน่วยงานส่งเสริมการลงทุนในประเทศต่างๆ

นโยบายส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ

บีโอไอได้มีบทบาทส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศมาตั้งแต่ปี 2534 โดยจัดตั้งคณะอนุกรรมการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ โดยมีเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นประธานคณะอนุกรรมการฯ มีหน้าที่เสนอแนะมาตรการส่งเสริมการลงทุนต่อคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ในระยะนั้น บีโอไอ มีบทบาทในการอำนวยความสะดวก ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในต่างประเทศ ให้นักลงทุนที่สนใจ

ในช่วงปี 2537 - 2539 เป็นช่วงที่นักธุรกิจไทยมีการตื่นตัวอย่างมาก ได้เข้าไปศึกษาโอกาสทำธุรกิจในต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้าน นักธุรกิจหลายรายเห็นโอกาสการลงทุนในกิจการต่างๆ เช่น กิจการประมง การธนาคาร เหมืองแร่ พลังงาน เกษตรแปรรูป บางรายก็ประสบความสำเร็จ บางรายก็ประสบปัญหากับผู้ร่วมงาน บางรายก็มีปัญหากับภาครัฐของประเทศที่ไปลงทุน

> ปี 2539 บีโอไอได้จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศขึ้น โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และมีหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องร่วมเป็นกรรมการ

เมื่อมีความสนใจจากภาคเอกชนมากขึ้น รัฐบาลได้เล็งเห็นว่าจะเกิดประโยชน์โดยรวมต่อเศรษฐกิจไทย และมีความจำเป็นที่ภาครัฐควรจะมีบทบาทช่วยเหลือสนับสนุนให้นักธุรกิจไทยไปลงทุนในต่างประเทศได้สะดวก และช่วยแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

ในปี 2539 บีโอไอจึงได้จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศขึ้น โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และมีหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องร่วมเป็นกรรมการ โดยบีโอไอเป็นหน่วยงานหลักในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการลงทุน วางกลยุทธ์และมาตรการในการส่งเสริมการลงทุน

ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 งานส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศชะลอตัวลงและกลับมามีบทบาทอีกครั้งในปี 2547 โดยรองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้มอบหมายให้บีโอไอรับผิดชอบ เสนอมาตรการที่จะช่วยสนับสนุนการลงทุนไทยในต่างประเทศ และบีโอไอได้เสนอกลยุทธ์และมาตรการ โดยกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมาย และกิจกรรมเชิงรุก ซึ่งรวมการจัดตั้งคณะทำงาน ดูแลตามภูมิภาค เช่น โต๊ะอาเซียน โต๊ะจีน เป็นต้น

ต่อมาในปี 2550 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ เป็นนายกรัฐมนตรี และประธานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้มีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ โดยมีเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นประธาน มีหน้าที่นำเสนอกลยุทธ์ มาตรการช่วยเหลือ กำหนดแนวทาง แผนงาน และประสานงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงานให้เป็นไป ตามนโยบายของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2552 คณะกรรมการฯ ได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะอนุกรรมการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นประธาน มีอำนาจหน้าที่ในการศึกษาและกำหนดยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ เตรียมการร่างกฎหมายเพื่อส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ รวมทั้งศึกษาความเหมาะสมในการจัดตั้งองค์การถาวร เพื่อรับผิดชอบด้านส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ

คณะอนุกรรมการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ ได้มีการประชุมเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2553 และได้นำเสนอคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2553 เพื่อพิจารณายุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ และคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้มอบให้สำนักงานฯ ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. จัดตั้งสำนักส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศขึ้นภายในบีโอไอ โดยให้มีหน้าที่ศึกษาและจัดทำข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับมาตรการส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ เป็นศูนย์ข้อมูลและฝึกอบรมผู้สนใจลงทุนต่างประเทศ ให้การรับรองแก่นักลงทุนที่ไปลงทุนต่างประเทศ ประสานการแก้ไขปัญหานักลงทุน

2. ทำการศึกษาและจัดทำร่างกฎหมายและหลักเกณฑ์การให้การส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ เนื่องจากขณะนี้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ยังไม่มีสิทธิประโยชน์สำหรับการลงทุนไทยในต่างประเทศ

3. ธุรกิจหรือกิจการที่จะส่งเสริมให้ไปลงทุนในต่างประเทศ ไม่มีการจำกัดประเภทกิจการ แต่เนื่องจากมีข้อสังเกตของบีโอไอในเบื้องต้นจึงมอบให้บีโอไอศึกษาเชิงลึกในกิจการ 5 ประเภท คือ สาขาการเกษตร สิ่งทอและเสื้อผ้า ชิ้นส่วนยานยนต์ ท่องเที่ยวและบริการ กิจการก่อสร้าง กิจการที่ปรึกษาด้านวิศวกรรม และสถาปัตยกรรม

4. ประสานกับกระทรวงการคลัง เพื่อพิจารณามาตรการด้านการเงิน และปรับปรุงมาตรการภาษีที่ให้การสนับสนุนการลงทุนไทยในต่างประเทศ ที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันให้สะดวกในการปฏิบัติมากขึ้น และเพิ่มเติมมาตรการภาษี กำหนดภารกิจหลักสำหรับสำนักส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศตามที่เสนอ

ในปัจจุบัน การดำเนินการของบีโอไอเป็นการจัดกิจกรรม 3 กลุ่มหลัก คือ

- ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ลู่ทางการลงทุนในประเทศเป้าหมาย โดยการจัดสัมมนาในประเทศและจัดทำคู่มือการลงทุน
- การจัดกิจกรรมพานักลงทุนไปประเทศเป้าหมาย เพื่อสร้างเครือข่าย จัดหาคู่ร่วมลงทุน และศึกษาลู่ทางการลงทุนเพื่อประชาสัมพันธ์
- การให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำแก่ผู้สนใจลงทุน/ทำธุรกิจในต่างประเทศ

โดยมีรายละเอียดการจัดกิจกรรมในประเทศต่างๆ แสดงไว้ตามตารางด้านล่างนี้

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ

หน่วย : ครั้ง

ประเทศที่จัดกิจกรรม	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
กัมพูชา	-	2	3 (44)	-
พม่า	4	2	3 (56)	3 (41)
ลาว	2	2	5 (76)	3 (25)
เวียดนาม	2	6	5 (44)	3 (18)
จีนและไต้หวัน	4	-	2	-
อินเดีย	4	5	-	1
อินโดนีเซีย	1	1	2	2
ฟิลิปปินส์	1	1	-	1
มาเลเซีย	1	1	2	1
สิงคโปร์	1	1	2	-
ไนจีเรีย	-	-	1 (3)	-
อุซเบกิสถาน	-	-	1 (3)	-
คาซัคสถาน	-	-	1 (2)	-
บอตสวานา	-	-	-	1 (6)
เอธิโอเปีย	-	-	-	1 (1)
แทนซาเนีย	-	-	-	1 (6)
อิหร่าน	-	-	-	1 (8)
รวม	20	21	27 (228)	18 (105)

หมายเหตุ ( ) หมายถึง จำนวนนักธุรกิจ/ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม ไม่รวมเจ้าหน้าที่ของสำนักงานฯ หรือพนักงานของบริษัทที่ปรึกษาฯ

การดำเนินการของบีโอไอ
เป็นการจัดกิจกรรม
3 กลุ่มหลัก คือ
การประชาสัมพันธ์และ
เผยแพร่ลู่ทางการลงทุน
ในประเทศเป้าหมาย
การพานักลงทุน
ไปประเทศเป้าหมาย
และการให้คำปรึกษาแก่ผู้สนใจ

การส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศจะต้องเป็นยุทธศาสตร์ระดับชาติที่มีเอกภาพและเชื่อมโยงเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมในประเทศ มีหน่วยราชการระดับสูงเป็นผู้ขับเคลื่อน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองให้กับนักลงทุนไทย พร้อมมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศร่วมกันทำงานแบบบูรณาการ ซึ่งจะทำให้ในอนาคต จะสามารถยกเป็นยุทธศาสตร์ระดับชาติที่มีเอกภาพเพื่อเชื่อมโยงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมไทย

SEMTHAI TOP 5
ผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์โลก

ในการดำเนินงานของบริษัทต่างๆ นั้น แต่ละบริษัทจะมีการกำหนดนโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการให้ประสบความสำเร็จ เช่นเดียวกับบริษัท ซัมซุง อิเล็คโทร - แม็คคานิคส์ (ไทยแลนด์) จำกัด ที่ปัจจุบันมี **นายคิม นัค ฮยอน ดำรงตำแหน่งประธานบริษัทฯ คนล่าสุด** ได้จัดทำนโยบาย **"Jump up to Achieve SEMTHAI 2X"** เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านคุณภาพสูงสุด ด้วยต้นทุนต่ำสุด และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว กลายเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อันดับ 5 ของโลก

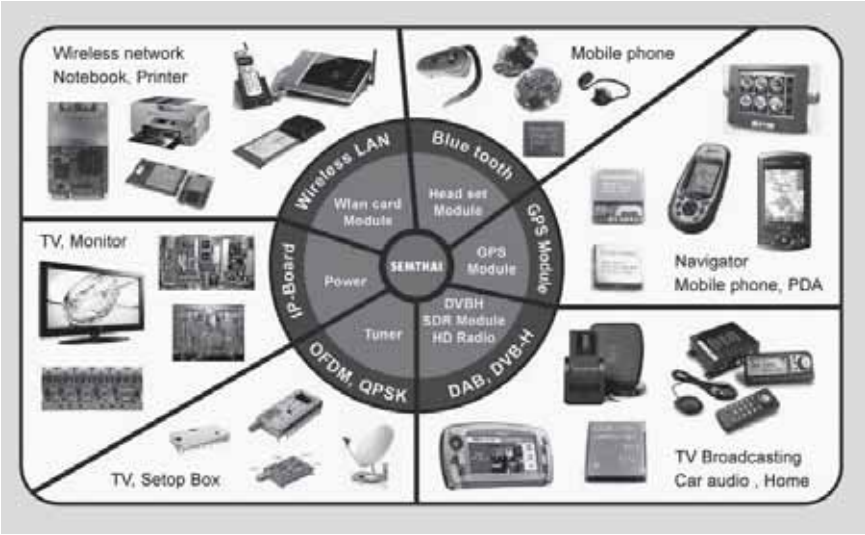
ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมากว่า 17 ปี

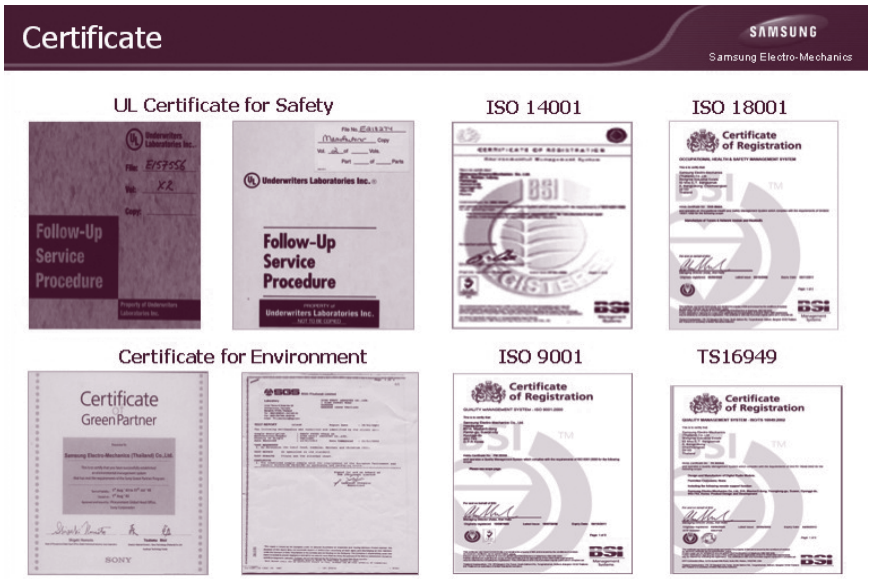
บริษัท ซัมซุง อิเล็คโทร - แม็คคานิคส์ (ไทยแลนด์) จำกัด (Samsung Electro - Mechanics (Thailand) Company Limited) หรือ SEMTHAI ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการส่งออก ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์ จังหวัดฉะเชิงเทรา มีพื้นที่ประมาณ 39,852 ตารางเมตร ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอ เริ่มดำเนินการก่อสร้างตั้งแต่ปี 2533 และเริ่มต้นผลิตเมื่อเดือนกรกฎาคม 2536 ปัจจุบันมีพนักงานรวม 1,290 คน

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ ประกอบด้วยอุปกรณ์รับสัญญาณภาพและเสียง สำหรับโทรทัศน์และเครื่องรับสัญญาณดาวเทียม (Digital Tuner) แผงวงจรจ่ายไฟ (Power Supply) อุปกรณ์เชื่อมต่อแบบไร้สาย (Wireless LAN, Bluetooth) เครื่องหาพิกัดด้วยดาวเทียม (GPS) โดยมีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้ Tuner และ Network จำนวน 100 ล้านชิ้นต่อปี ส่วน Power Product จำนวน 14 ล้านชิ้นต่อปี

นโยบายหลักของบริษัทแม่ที่ประเทศเกาหลีเน้นให้ความสำคัญเรื่อง Supply Chain Managements โดยในปี 2010 บริษัทแม่ได้ให้นโยบายหลัก คือ "SEMCO 2X" เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการของบริษัทในเครือ โดย SEMTHAI ได้กำหนด

SEMTHAI กำหนดนโยบาย "Jump up to Achieve SEMTHAI 2X" เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านคุณภาพสูงสุด ด้วยต้นทุนต่ำสุด และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว





นโยบาย "Jump up to Achieve SEMTHAI 2X" เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านคุณภาพสูงสุด ด้วยต้นทุนต่ำสุด และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงงานในเครือซัมซุงจำนวน 2 โรง คือ Thai Samsung Electronic ซึ่งเป็นผู้ผลิตจอโทรทัศน์และสินค้าที่เป็น End User และ SEMTHAI ผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และติดอันดับ 5 ของบริษัทฯ ที่ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในโลก

ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เกิดจากความตั้งใจจริง

บริษัทในเครือซัมซุง มีแนวนโยบายในการดำเนินงานที่แตกต่างจากบริษัทอื่นๆ จึงทำให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ซึ่ง SEMTHAI ก็ได้ยึดแนวนโยบายนั้นด้วยเช่นกัน และกำหนดเป็นแนวทางไว้ดังนี้

1. การทำงานในทุกช่วงเวลาล้วนอยู่ในภาวะวิกฤติ เพื่อจะได้ดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยไม่พอใจอยู่กับความสำเร็จของปีที่ผ่านมาหรือในปีนี้ก็ตาม แต่จะเร่งดำเนินการพัฒนา เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างตลาดกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

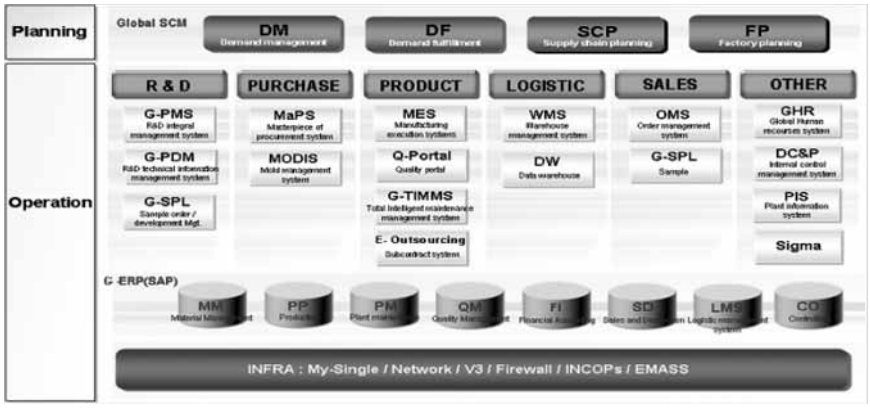
2. ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้เกิดความรวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้

3. เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที พนักงานทุกคนจะปฏิบัติตามตามขั้นตอนที่บริษัทฯ กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการนำระบบ ERP (Enterprise Resource Planning) ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ที่มีการรวบรวม หรือผนวกฟังก์ชั่นงานทั้งหมดในองค์กร หรือมีการเชื่อมโยงในส่วนของโมดูลทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยมีการทำงานในลักษณะแบบเรียลไทม์ ระบบนี้นิยมใช้ในระดับสากลเช่นเดียวกับที่บริษัทในเครือซัมซุงทั่วโลก โดยเป็นระบบการแบ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อจะได้ดำเนินการให้ทันเวลาและมีประสิทธิภาพสูงสุด

สำหรับระบบ ERP นั้น เป็นทั้ง Hardware และ Software โดยใช้ทั้ง 2 ตัวควบคู่กันเดิมระบบ ERP เป็นคำสั่งซื้อ หรือวางแผนของบริษัทในเครือซัมซุงแต่ละแห่ง แต่ปัจจุบันได้พัฒนาเป็น Global ERP ทุกบริษัทฯ สามารถตรวจสอบข้อมูลและทำงานร่วมกัน เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและบริหารธุรกิจ

ระบบการบริหารงานทุกส่วนของบริษัทฯ จะมีระบบรองรับในการทำงานทั้งซัพพลาย-เชน การกำหนดรหัสมาตรฐานในการดำเนินงาน ระบบดังกล่าวสามารถที่จะเชื่อมข้อมูลเข้าด้วยกันแบบเรียลไทม์ โดยสามารถแสดงข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์และช่วยในการตัดสินใจได้ทั้งหมด



อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่การวางแผนการผลิตและการขาย (Production Planning & Sales) การจัดซื้อวัตถุดิบ (Purchasing) ผู้ส่งมอบ (Suppliers) ลูกค้า (Customers) บริษัทผู้รับขนส่ง (Broker, Forwarder) ธนาคาร (Bank) รวมทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ทำให้การทำงานมีความสะดวกและรวดเร็ว เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันรวมเรียกว่า Global System

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับงานด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้สินค้าถึงมือลูกค้าได้ทันเวลาที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด ด้วยต้นทุนที่ต่ำ มีการนำระบบไอทีเข้ามาช่วยในกระบวนการการทำงาน ซึ่งก็คือโปรแกรม SAP (System Application Products) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการประสานความร่วมมือทั้งภายในบริษัทและระหว่างบริษัทที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งซัพพลายเออร์ ผู้รับขนส่ง ตลอดจนลูกค้าของบริษัทฯ

บริษัทฯ เป็นโครงสร้าง ดังนั้นสิ่งสำคัญที่เป็นศูนย์กลางจะอยู่ที่คน คนเป็นผู้พัฒนา ส่วนระบบสาธารณูปโภคเป็นตัวที่สนับสนุนคน

ให้ความสำคัญกับคน และต้องพัฒนาอบรมอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคน ซึ่งเปรียบได้กับระบบการทำงานของบริษัทฯ โดยตัวบริษัทฯ เป็นโครงสร้าง ดังนั้นสิ่งสำคัญที่เป็นศูนย์กลางจะอยู่ที่คน การปฏิบัติต่างๆ จะอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า คนเป็นผู้พัฒนา ส่วนระบบสาธารณูปโภคเป็นตัวที่สนับสนุนคน เปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจนไว้ว่า บริษัทซัมซุงเป็นเหมือนผิวหนัง แต่คนหรือพนักงานเป็นมากกว่าผิวหนัง บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก มีนโยบายการจัดอบรม ให้กับพนักงานในทุกระดับตามความเหมาะสม ซึ่งพนักงานคนไทยหากเทียบกับประเทศอื่นๆ แล้ว ถือว่ามีศักยภาพสูง และมีแนวโน้มจะพัฒนาได้มากกว่า

SEMTHAI จึงกำหนดแนวทางการพัฒนาพนักงานที่ดีไว้อย่างต่อเนื่อง โดยการให้นโยบายกับฝ่ายบุคคล ให้ดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างการอบรมใหม่ ให้เน้นที่คนเป็นหลักและกำหนดให้เหมาะสมกับตำแหน่ง รวมถึงหน้าที่ของแต่ละคนเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามหากได้ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งหัวหน้างาน ผู้จัดการ ก็จะมีหลักสูตรอบรมเฉพาะที่จะเน้นเรื่องการเป็นผู้นำ และการที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการอบรมพนักงานมาก เนื่องจากบริษัทฯ เชื่อว่าการบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต้องมาจากศักยภาพของพนักงาน บริษัทฯ จึงทุ่มเทกับการอบรมให้พนักงานเป็นอย่างมาก

ส่วนในเรื่องการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ นั้น ในส่วนของ SEMTHAI ยังไม่ได้ดำเนินการเองทั้งหมด แต่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทแม่ที่ประเทศเกาหลี อย่างไรก็ตาม หากบริษัทฯ แม่มอบหมายให้ดำเนินการก็จะพยายามทำให้ดีที่สุด ในอนาคตข้างหน้าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ อาจเกิดขึ้นจาก SEMTHAI ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ก็ได้มีการเตรียมความพร้อมด้านการอบรมเพื่อรองรับงานในส่วนการวิจัย และพัฒนาแล้ว นอกจากนั้น ประธานบริษัทฯ ยังตั้งเป้าหมายไว้ว่า ในอนาคต SEMTHAI จะต้องบริหารจัดการทุกส่วนโดยคนไทยทั้งหมด

การเลือกประเทศที่จะเข้าไปลงทุน

สำหรับการพิจารณาว่าจะเลือกลงทุนตั้งโรงงานผลิตในแต่ละประเทศนั้น มีแนวทางดังนี้

1. เน้นเรื่องต้นทุนและประสิทธิภาพการผลิตว่า ประเทศนั้นต้องมีความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุน คือ เมื่อผลิตแล้วสินค้าต้องมีราคาถูก

2. มีความใกล้ชิดกับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเส้นทางการขนส่งต้องสะดวกสบาย สามารถจัดส่งสินค้าได้ทันตามกำหนดเวลา

3. ระบบสาธารณูปโภคและการจัดหาวัตถุดิบในบริเวณที่ตั้งโรงงานต้องพร้อมเพรียง และภาครัฐมีการอำนวยความสะดวก รวมถึงช่วยเหลือสนับสนุนอย่างไรบ้าง

ไทยมีความเสี่ยงในบางเรื่อง เช่น ทางด้านการเมือง แต่สิ่งที่สำคัญคือ จะมีปฏิกิริยากับเหตุการณ์นั้นอย่างไร

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเป็นส่วนหนึ่งที่ใช้ในการเลือกแหล่งลงทุนของซัมซุง ประเทศไทย แต่ประเทศไทยก็ยังมีความเสี่ยงในบางเรื่องเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเสี่ยงทางด้านการเมืองที่ยังไม่มีเสถียรภาพมากนัก

แต่ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ก็ล้วนแต่มีความเสี่ยงไม่ใช่แต่ประเทศไทยเท่านั้น แต่สิ่งที่สำคัญคือจะมีปฏิกิริยากับเหตุการณ์นั้นอย่างไร หากมีอันตรายหรือความเสี่ยงมากระทบหรือเกิดขึ้น เราจะมีวิธีการป้องกันหรือแก้ไขอย่างไร ซึ่งมีความสำคัญกว่า โดย SEMTHAI เองก็ได้มีการกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว และถ้าคิดว่าแก้ไขได้ เรื่องดังกล่าวจึงไม่ใช่ความเสี่ยงที่ต้องกังวลมากนัก

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้บริษัทต่างๆ ที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ลดปัญหาเรื่องความกังวลด้านการเมืองลง ภาครัฐต้องชี้แจงและให้รายละเอียดต่างๆ กับบริษัทอย่างชัดเจนและรวดเร็ว เพื่อนักลงทุนจะ

ได้นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการตัดสินใจต่อไป และคาดหวังว่าการเมืองไทยจะเริ่มมั่นคงมากขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนต่างประเทศที่สนใจเข้ามาลงทุน

กำหนดดัชนีชี้วัดเพื่อควบคุมประสิทธิภาพการทำงาน

บริษัทฯ มีการจัดทำดัชนีชี้วัด (KPI) เพื่อควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานในทุกส่วนของบริษัทฯ และมีการจัดประชุมผู้บริหารเป็นประจำทุกเดือน โดยจะเปรียบเทียบผลลัพธ์กับเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีการกำหนดตัวชี้วัดไว้ 3 ระดับคือ สีเขียว ประสบความสำเร็จเกินร้อยเปอร์เซ็นต์ สีเหลือง ประสบความสำเร็จร้อยละ 90 - 99 และสีแดงต่ำกว่าร้อยละ 90 การที่กำหนดเช่นนี้เพื่อให้บรรลุ SEMTHAI 2X

หากผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามแผนที่ตั้งไว้ จะมีการเรียกประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา โดยใช้เครื่องมือ 6 Sigma ในการดำเนินการแก้ไขต่อไป นอกจากนี้ยังมีการเปรียบเทียบ KPI กับบริษัทแม่และโรงงานต่างประเทศด้วย ทำให้เราทราบสถานะผลการดำเนินงานของเราว่าอยู่ในระดับไหน ที่ผ่านมาบริษัทซัมซุงฯ ประเทศไทย มีต้นทุนการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์อยู่ที่ร้อยละ 1.52 ซึ่งเป็นต้นทุนที่ต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับโรงงานต่างประเทศ

นโยบายการประหยัดพลังงาน

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นชิ้นส่วนที่มีขนาดเล็ก ในเรื่องการประหยัดพลังงานนั้นสามารถประหยัดได้อยู่แล้ว เพราะใช้พลังงานน้อย ส่วนในกระบวนการผลิตเองก็ไม่ได้ใช้ไฟฟ้า หรือน้ำมากนักเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ

ในส่วนของโรงงานก็มีการตรวจติดตามเรื่องการประหยัดพลังงานอย่างต่อเนื่องทุกวันทั่วทั้งโรงงานว่ามีส่วนใดบ้างที่สูญเสียพลังงานโดยไม่จำเป็น หากพบจะมีการเก็บหลักฐานเป็นภาพถ่าย เพื่อนำเข้าประชุมกรรมการในช่วงเช้าของทุกวันในการแก้ไขปรับปรุงต่อไป รวมทั้งมีการให้ความรู้กับพนักงานทุกคนด้วยว่าอะไรเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดความสิ้นเปลืองบ้าง โดยสอนให้ทุกคนรู้จักการประหยัดพลังงาน รวมถึงมีการตั้งแผนกควบคุมการใช้พลังงานด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การใช้พลังงานของบริษัทฯ ในทุกๆ ส่วนเกิดความประหยัด และมีประโยชน์สูงสุด

ผลิตภัณฑ์ดาวเด่น

สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. Digital Tuner เป็นอุปกรณ์รับสัญญาณภาพและเสียงสำหรับโทรทัศน์และเครื่องรับสัญญาณดาวเทียมที่มีความแม่นยำสูง
2. Power Supply คือ แผงวงจรจ่ายไฟสำหรับโทรทัศน์และคอมพิวเตอร์
3. ชิ้นส่วนของมือถือ เช่น Bluetooth, Wireless Lan และ GPS Module

ทำความรู้จักกับประธานบริษัทฯ

ก่อนที่จะเข้ามาดำรงตำแหน่งประธานฯ คนปัจจุบันของ SEMTHAI เริ่มต้นจากการเป็นวิศวกรด้านการออกแบบมานานกว่า 10 ปี จากนั้นได้เข้าไปดูแลในส่วนของการเงิน และบัญชีของบริษัทในเครือซัมซุงที่ตั้งอยู่ในประเทศต่างๆ เพื่อกำหนดกลยุทธ์และการบริหารงานให้กับบริษัทเหล่านั้น ต่อมาได้รับแต่งตั้งเป็นหัวหน้าแผนกสนับสนุน และหัวหน้าแผนกมอเตอร์ที่มีความละเอียดสูง ซึ่งการผ่านงานในตำแหน่งต่างๆ นั้นทำให้ทราบระบบการทำงานของบริษัทฯ เป็นอย่างดี จนกระทั่งก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งประธานฯ เมื่อต้นปี 2553 และดำรงตำแหน่งนี้เป็นครั้งแรกในประเทศไทย

> พนักงานคนไทยมีศักยภาพสูงกว่าประเทศอื่นมาก และบริษัทฯ ก็มีความตั้งใจจริงที่จะพัฒนาพนักงานของบริษัทฯ ให้มีศักยภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ซัมซุงเป็นบริษัทของคนไทย

ในฐานะประธานฯ มองว่าพนักงานคนไทยมีศักยภาพสูงกว่าประเทศอื่นมาก และบริษัทฯ ก็มีความตั้งใจจริงที่จะพัฒนาพนักงานของบริษัทฯ ให้มีศักยภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายว่าพนักงานทุกคนที่ทำงานกับบริษัทฯ ต้องมีความภาคภูมิใจ เพื่อจะได้ประสบความสำเร็จในการทำงาน และให้ความสำคัญในเรื่องดังต่อไปนี้

1. เน้นเรื่องการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานกับผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้รับทราบถึงความต้องการของแต่ละส่วน และนำไปประยุกต์ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ
2. แก้ไขปัญหาหรือข้อร้องเรียนต่างๆ ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีต่อบริษัทฯ เกิดความภาคภูมิใจในการทำงานกับบริษัทฯ

ทั้งนี้เป้าหมายสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการทำให้ SEMTHAI เป็นบริษัทฯ ที่คนไทยให้ความสนใจเข้ามาทำงานมากที่สุด และให้ทุกคนคิดไว้เสมอว่า SEMTHAI ไม่ใช่บริษัทฯ ที่ลงทุนมาจากต่างประเทศ แต่เป็นบริษัทฯ ของคนไทยและประเทศไทย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแนวคิดสนับสนุน และช่วยเหลือสังคมไทยด้วย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย ซึ่งจากจุดนี้เองที่ส่งผลให้ SEMTHAI ได้เติบโตจนกลายเป็นบริษัทฯ ชั้นนำในระดับสากล

การบริหารงานด้านโลจิสติกส์

นางบังเอิญ อุอินทร์ ผู้จัดการกลุ่มโลจิสติกส์ กล่าวถึง การดำเนินงานของบริษัทในเครือซัมซุงที่ดำเนินการผลิตและประกอบชิ้นส่วนต่างๆ ของผลิตภัณฑ์นั้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ Plant หรือโรงงาน Sales Head Quarter และ Sales Office ปัจจุบันมีโรงงานที่ตั้งอยู่ในประเทศต่างๆ จำนวน 5 แห่ง โดยอยู่ในจีน 3 แห่ง ที่เมืองดองกวน 1 แห่งและเทียนสิน 2 แห่ง ส่วนอีก 2 แห่งคือ ฟิลิปปินส์ และไทย ซึ่งโรงงานทั้งหมดนี้จะส่งผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทฯ ให้กับ Sales Head Quarter และ Sales Office เพื่อดำเนินการจัดส่งให้กับลูกค้าทั่วโลกต่อไป

โครงสร้างของ SEMTHAI ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. Supporting ดูแลงานในส่วนของฝ่ายขาย ฝ่ายวางแผน การเงิน บัญชี บุคคล และโลจิสติกส์

2. Production & Quality Innovation ดูแลงานด้านการผลิตทั้งหมด รวมถึงการพัฒนาคุณภาพสินค้า

ส่งเสริมให้พนักงานร่วมเสนอความคิดเห็น

บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมให้พนักงานทุกคนเสนอแนวความคิด เพื่อปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละคนให้ดีขึ้น และหากพนักงานคนใดสามารถทำการพัฒนางานในส่วนที่รับผิดชอบบรรลุหรือเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ บริษัทฯ จะมีการมอบใบประกาศนียบัตรและรางวัลตอบแทน

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้นำเครื่องมือที่เรียกว่า 6 Sigma เข้ามาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการจัดอบรมหลักสูตร 6 Sigma โดยผู้เชี่ยวชาญให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของตนเองให้มากยิ่งขึ้น และการฝึกอบรมเพื่อเป็นเทรนเนอร์ที่ดี ในการที่จะให้ความรู้กับพนักงานในแผนกซึ่งเป็นลูกน้อง หรือพนักงานในแผนกอื่นๆ ที่มาขอความรู้ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

โครงสร้างของ Logistic Group

สำหรับการดำเนินงานในส่วนของ Logistic Group นั้นแบ่งออกเป็น

- Logistic Planning ประกอบด้วยส่วนหลักๆ คือ ส่วนประสานงานกับบีโอไอ และการนำเข้า - ส่งออก โดยมีฝ่ายวางแผนที่จะดำเนินการวิเคราะห์ผลการการดำเนินงานทางด้านโลจิสติกส์ว่า ในแต่ละเดือนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นนั้นเป็นค่าใช้จ่ายทางด้านใดบ้าง และหากพบว่าค่าใช้จ่ายในจุดใดสูงเกินไป ต้องทำการวิเคราะห์ว่ามีสาเหตุมาจากอะไร เพื่อจะได้ดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงต่อไป
- Warehouse Management จะรับผิดชอบใน 2 ส่วนคือ วัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป มีการใช้ระบบ WMS ในการบริหารจัดการ โดยใช้หลัก JIT & FIFO

โดยทั้งสองส่วนมีการจัดทำ KPI เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานในแต่ละเดือนด้วย

การพัฒนาแผนกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์

สำหรับงานในส่วนของโลจิสติกส์นั้นจะมีการวางแผนและปรับปรุงดัชนีชี้วัด KPI ทุกครึ่งปี โดยทุกๆ ครึ่งปีจะต้องไปร่วมประชุมที่บริษัทแม่ประเทศเกาหลี ร่วมกับบริษัทในเครือทุกประเทศ ทั้งนี้เพื่อชี้แจงถึงผลการดำเนินงานว่าเป็นอย่างไร มีปัญหาหรือไม่ หากมีก็จะหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน รวมทั้งร่วมกันวางแผนในครึ่งปีหลังด้วยว่าจะดำเนินการไปในทิศทางใดต่อไป ส่วนในช่วงปลายปีจะเป็นการวางแผนร่วมกันในการสร้างเป้าหมายใหม่สำหรับปีต่อไป

นอกจากนั้น ยังมีการนำระบบ MaPS (Masterpiece of Procurement System) ซึ่งเป็นระบบที่ใช้ในการติดต่อระหว่าง Vender หรือ Supplier กับบริษัทฯ ซึ่งจะต้องลงทะเบียนก่อนถึงจะเข้าสู่ระบบได้ และยังสามารถตรวจสอบได้ว่าบริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์อะไรบ้าง แต่ละผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดอย่างไร เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยระบบดังกล่าวยังเชื่อมต่อกับระบบของบริษัทแม่ที่ประเทศเกาหลีด้วย จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับ Vender หรือ Supplier

เป้าหมายของโลจิสติกส์ต้องบริการรวดเร็ว

การให้บริการด้านโลจิสติกส์นั้น มีการกำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน โดยให้ความสำคัญในเรื่องการบริการ และความรวดเร็วเป็นอันดับแรก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางด้านอิเล็กทรอนิกส์นั้น อาจกล่าวได้ว่า "แค่กะพริบตา ก็อาจเปลี่ยนรูปแบบแล้ว" ส่วนเรื่องเทคโนโลยีและราคา ก็เป็นเรื่องที่สำคัญด้วยเช่นกัน หากบริษัทใดไม่มีระบบไอทีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการแล้ว จะทำให้เกิดความยุ่งยากเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากต้องมีการประเมินและวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ควบคู่ไปกับการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อาจเป็นไปด้วยความล่าช้า ส่วนเรื่องราคาเน้นต้นทุนที่ต่ำที่สุดแต่ต้องสมเหตุสมผลด้วย

การให้บริการด้านโลจิสติกส์ให้ความสำคัญในเรื่องการบริการ และความรวดเร็วเป็นอันดับแรก

นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำ Routing Map โดยกำหนด Standard Lead Time ไว้ทุกเส้นทางที่มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพื่อให้ฝ่ายจัดซื้อสามารถวางแผนในการสั่งซื้อสินค้า และฝ่ายขายสามารถวางแผนในการส่งออกสินค้าไปยังลูกค้าในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะลูกค้าสำคัญ จะมีการสำรวจเส้นทางในการจัดส่งอย่างละเอียดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกช่วงเวลา

ให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจ

SEMTHAI มุ่งเน้นให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการแก่ลูกค้า โดยการดูแลประสานงานของทีม CS (Customer Satisfaction Team) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลการจัดการปัญหาร้องเรียนและการร้องขอต่างๆ จากลูกค้า ร่วมกับหน่วยงานฝ่ายวิศวกรรมผลิตภัณฑ์ (PE) ฝ่ายการผลิต ฝ่ายขายและฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ

โดยลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับซัมซุงได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบายหลายช่องทาง หรือสื่อสารผ่านทาง E-mail หรือผ่านทาง Samsung My Single อันเป็นระบบสารสนเทศมาตรฐานของซัมซุงที่ใช้เป็นหนึ่งเดียวกันในเครือกลุ่มซัมซุงทั่วโลก และสามารถเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบ Q-Portal อันเป็นประตูเข้าสู่ระบบการจัดการต่างๆ ของซัมซุงอันเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้าภายใต้ระบบ VOC (Voice of Customer) เป็นต้น

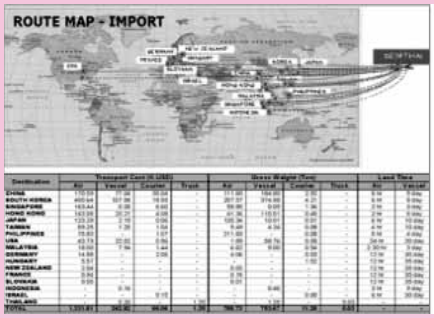
ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมากว่า 30 เดือน ยังไม่มีปัญหาที่ได้รับการร้องเรียนจากลูกค้า (VOC) ซึ่งเป็นการรับประกันถึงความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อบริษัทฯ

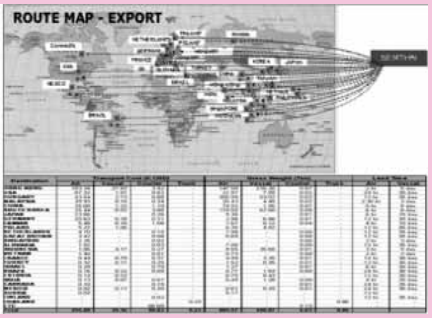
บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการทำธุรกิจแบบ WIN-WIN Partnership โดยมีโครงการและกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ที่ร่วมธุรกิจ เพื่อให้สามารถเติบโตและเจริญก้าวหน้าไปพร้อมๆ กัน โดยการจัดอบรม 6 Sigma เพื่อนำความรู้ไปใช้ในการแก้ปัญหาด้านคุณภาพที่เกิดขึ้นกับบริษัทฯ ผู้ร่วมธุรกิจ และพัฒนาคุณภาพของสินค้า การจัดส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น รวมทั้งลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

นอกจากนี้ยังมีการจัดทำ SQ Market ซึ่งเป็นการนำเสนอผลการปรับปรุงคุณภาพในกระบวนการผลิต ของบริษัทฯ ผู้ร่วมธุรกิจกับบริษัทซัมซุงฯ และมีการมอบรางวัลคุณภาพในแต่ละไตรมาสให้กับบริษัทผู้ร่วมธุรกิจด้วย

การจัดการองค์ความรู้

SEMTHAI มีการบริหารองค์ความรู้ของพนักงานในทุกส่วนอย่างต่อเนื่อง โดยการ





ดำเนินกิจกรรมฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ การอบรมผ่านระบบ เช่น Logistics Cyber Classes เพื่อยกระดับขีดความสามารถของพนักงาน รวมทั้งการส่งพนักงานไปอบรมและดูงานที่บริษัทแม่ที่ประเทศเกาหลีเป็นประจำทุกปี บริษัทฯ มีการจัดทำแผนการอบรมประจำปีรวมทั้งการประเมินผล โดยประวัติการอบรมของพนักงานแต่ละคน จะถูกบันทึกลงระบบ Global-HR HUB ที่เชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านบุคลากรของบริษัทซัมซุงทั่วโลก

รวมถึงมีการจัดการองค์ความรู้ด้วยระบบ G-PDM ซึ่งเป็นนวัตกรรมด้านการจัดเก็บองค์ความรู้ ผ่านระบบคอมพิวเตอร์เพื่อจัดการองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นในองค์กรทั้งหมด จัดทำเป็นทะเบียนและจัดเก็บมาตรฐานวิธีการทำงานของพนักงานแต่ละส่วนในรูปแบบขั้นตอนทำงานที่ชัดเจน สามารถให้พนักงานใหม่ใช้เป็นเอกสารอ้างอิงเพื่อการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเชื่อมโยงข้อมูล และเอกสารที่จำเป็นต่างๆ กับระบบเพื่อให้พนักงานเข้าถึงข้อมูล และจัดการข้อมูลต่างๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

จัดการองค์ความรู้
ด้วยระบบ G - PDM
ซึ่งเป็นนวัตกรรม
ด้านการจัดเก็บองค์ความรู้
ผ่านระบบคอมพิวเตอร์
เพื่อจัดการองค์ความรู้ที่เกิดขึ้น
ในองค์กรทั้งหมดและพนักงาน
สามารถใช้เป็นเอกสารอ้างอิง
เพื่อการเรียนรู้ได้

แนวโน้มตลาดในอนาคต

ในการผลิตเพื่อการส่งออกของ SEMTHAI นั้น แต่ละปีจะมีการคาดการณ์แนวโน้มของตลาดว่าจะเป็นไปในทิศทางใด จากนั้นก็ต้องมาวางแผนร่วมกัน เพื่อจะได้สนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ โดยปี 2553 มียอดขายสูงกว่าปี 2552 ซึ่งประกอบด้วยลูกค้าในกลุ่ม Network ร้อยละ 80 Tuner ร้อยละ 20 และ Power ร้อยละ 10

นอกจากการคาดการณ์แนวโน้มตลาดของกลุ่มบริษัทซัมซุงเองแล้ว ยังเปิดโอกาสให้บริษัทที่เป็นลูกค้าร่วมคาดการณ์ด้วย โดยลูกค้าสามารถจัดส่งความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละเดือนว่ามีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์รุ่นหรือประเภทใดบ้าง

การันตีผลงานด้วยรางวัลจากองค์กรต่างๆ

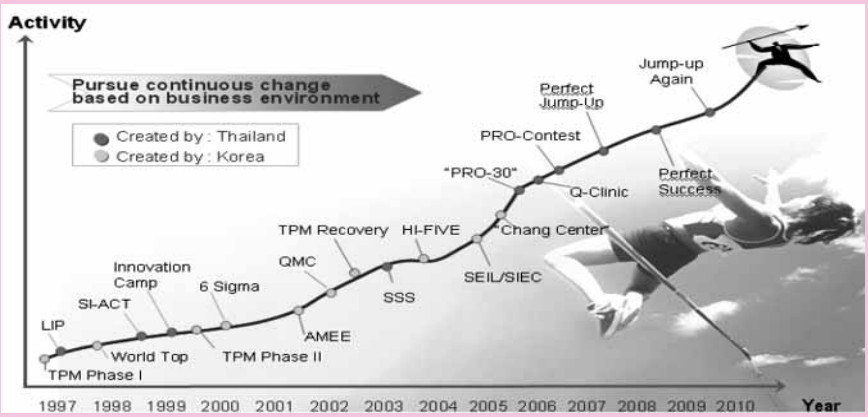
SEMTHAI ให้ความสำคัญกับเรื่องการจัดกิจกรรมต่างๆ โดยกำหนดเป็นแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน และเพิ่มผลผลิตให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่มาจากบริษัทแม่ และกิจกรรมที่ดำเนินการ

โดยบริษัทซัมซุงฯ ประเทศไทย กิจกรรมต่างๆ นั้น จะมีการตั้งเป้าหมายและรายงานผลการดำเนินการตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งจบโครงการ

จากการทำกิจกรรมต่างๆ ทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นและรางวัลอุตสาหกรรมยอดเยี่ยม เช่น

- รางวัลดีเด่นประเภทเพิ่มผลผลิต (ปี 2538 และ 2543)
- รางวัลดีเด่นประเภทบริหารคุณภาพ (ปี 2541 และ 2552)
- รางวัลดีเด่นประเภทบริหารความปลอดภัย (ปี 2546)
- รางวัลยอดเยี่ยมจากกระทรวงอุตสาหกรรม (ปี 2547)
- ล่าสุดได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นการจัดการโลจิสติกส์ (ปี 2553)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องมาตลอด 17 ปี ของการประกอบธุรกิจในประเทศไทย จนทำให้ได้รับรางวัลทั้งจากบริษัทแม่ที่ประเทศเกาหลี และจากกระทรวงแรงงานของไทย



การเพิกถอน สิทธิและประโยชน์ ตอนจบ

ในฉบับที่แล้ว ได้กล่าวถึงการเพิกถอนสิทธิประโยชน์ ว่ามีการดำเนินการอย่างไรมาบ้างแล้วนั้น ในฉบับนี้จะเพิ่มเติมข้อมูลในเรื่องของการนับอายุความ การเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง

ตามมาตรา 55 ในกรณีที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์เกี่ยวกับภาษีอากร สำหรับของที่นำเข้าหรือส่งออกทั้งหมด ให้ถือว่าผู้ได้รับการส่งเสริม ไม่เคยได้รับยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีอากรมาแต่ต้น และให้ผู้ได้รับการส่งเสริมเสียภาษีอากร โดยถือสภาพของของราคาและอัตราภาษีอากรที่เป็นอยู่ในวันนำเข้า หรือส่งออกเป็นเกณฑ์ในการคำนวณภาษีอากร สำหรับกรณีที่ได้รับลดหย่อนภาษีอากรให้เสียภาษีอากรเพิ่มจากที่ได้เสียไว้แล้วให้ครบถ้วน ตามจำนวนเงินภาษีอากรที่จะพึงต้องเสียทั้งหมด เมื่อได้คำนวณตามเกณฑ์เช่นว่านั้น

ผู้ได้รับการส่งเสริมต้องแจ้งขอชำระภาษีอากร หรือชำระภาษีอากรเพิ่มต่อกรมศุลกากรหรือด่านศุลกากรที่ได้นำของนั้นเข้ามา หรือส่งของนั้นออกไปภายในหนึ่งเดือนนับแต่วันทราบคำสั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์เกี่ยวกับภาษีอากร

โดยต้องชำระ ณ ที่ทำการศุลกากร ซึ่งกรมศุลกากรกำหนด ให้เสร็จสิ้นภายในหนึ่งเดือน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งจำนวนเงินภาษีอากร หรือภาษีอากรเพิ่มอันจะพึงต้องชำระ ถ้าผู้ได้รับการส่งเสริมมิได้แจ้งหรือชำระภาษีอากร หรือภาษีอากรเพิ่มภายในกำหนดเวลาดังกล่าว ให้เสียเงินเพิ่มในอัตราร้อยละหนึ่งต่อเดือน ของค่าภาษีอากรที่ต้องชำระโดยไม่คิดทบต้น นับแต่วันที่พ้นกำหนดเวลาแจ้งหรือชำระแล้วแต่กรณีจนถึงวันที่นำเงินภาษีอากรหรือภาษีอากรเพิ่ม และเงินเพิ่มมาชำระซึ่งต้องไม่เกินสามเดือน นับแต่วันที่พ้นกำหนดเวลาแจ้งหรือชำระดังกล่าว

ถ้ามิได้มีการชำระในเวลาที่กำหนดให้ถือว่าของนั้นได้นำเข้ามา หรือส่งออกไปเป็นการปฏิบัติโดยหลีกเลี่ยงการเสียภาษีอากร และให้นำกฎหมายว่าด้วยศุลกากรมาใช้บังคับ ทั้งนี้ ในการคำนวณเงินเพิ่มดังกล่าว ถ้ามีเศษของเดือนให้นับเป็นหนึ่งเดือน

ในกรณีที่ผู้ได้รับการส่งเสริม ไม่ปฏิบัติตามคำเตือนของบีโอไอ ตามมาตรา 54 วรรคสอง คณะกรรมการจะให้ผู้ได้รับการส่งเสริม เสียเงินเพิ่มภาษีอากรให้แก่รัฐ โดยชำระแก่กรมศุลกากรพร้อมกับเงินภาษีอากร หรือภาษีอากรเพิ่มที่ต้องนำไปชำระ

> ในกรณีที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์เกี่ยวกับภาษีอากร สำหรับของที่นำเข้าหรือส่งออกทั้งหมด ให้ถือว่า ผู้ได้รับการส่งเสริม ไม่เคยได้รับยกเว้นหรือ ลดหย่อนภาษีอากรมาแต่ต้น

ตามวรรคสามในอัตราร้อยละหนึ่งต่อเดือนของเงินภาษีอากร หรือเงินภาษีอากรเพิ่มอันจะพึงต้องชำระ นับแต่วันที่พ้นกำหนดเวลาตามมาตรา 54 วรรคสองอีกด้วยก็ได้ แต่เงินเพิ่มภาษีอากรตามมาตรานี้ มิให้เกินจำนวนเงินภาษีอากรเพิ่มอันจะพึงต้องชำระ และเพื่อให้ได้รับชำระเงินเพิ่มนี้ ให้ถือว่าเงินเพิ่มเป็นเสมือนเงินอากรตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร

เพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดี การนับอายุความตามมาตรานี้ ให้เริ่มนับเมื่อพ้นหนึ่งเดือนนับแต่วันทราบคำสั่ง

ตามมาตราดังกล่าว หากบีโอไอได้มีหนังสือแจ้งให้กรมศุลกากรเรียกเก็บอากรขาเข้าวัตถุดิบตามมาตรา 36 (1) แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 หรือเครื่องจักรตามมาตรา 28 เนื่องจากผู้ที่ได้รับการส่งเสริมนั้น นำวัตถุดิบเข้ามาแล้วมิได้มีการผลิตเพื่อส่งออก หรือเครื่องจักรที่นำเข้ามาดังกล่าวนั้นมิได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิและประโยชน์ กรมศุลกากรจะใช้หนังสือที่บีโอไอออกดังกล่าว เรียกเก็บอากรขาเข้าวัตถุดิบหรือเครื่องจักรกับบริษัทไม่ได้ เนื่องจากไม่ถือว่าหนังสือดังกล่าวนั้นเป็นคำสั่งให้เรียกเก็บภาษีอากร

อย่างไรก็ตาม บีโอไอจะออกคำสั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ วัตถุดิบหรือเครื่องจักรอีกครั้ง และจะส่งคำสั่งดังกล่าว

ผู้ได้รับการส่งเสริมนำเครื่องจักร ที่ได้รับการยกเว้นภาษีอากรไปให้ผู้อื่นใช้ โดยไม่ได้รับอนุญาต ให้เพิกถอนเฉพาะเครื่องจักรที่ใช้ผิดเงื่อนไข

ให้กรมศุลกากร ๆ จึงจะมีอำนาจเรียกเก็บอากรขาเข้าได้ และการคำนวณค่าภาษีอากรที่ผู้ได้รับการส่งเสริมต้องชำระนั้น ต้องเป็นไปตามมาตรา 55 วรรคสอง คือ ต้องคำนวณโดยถือสภาพของของราคา และอัตราภาษีอากรตามที่เป็นอยู่ในวันนำเข้าเป็นเกณฑ์

ถ้าผู้ได้รับการส่งเสริมนำเครื่องจักรที่ได้รับการยกเว้นภาษีอากรไปให้ผู้อื่นใช้[1] โดยไม่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ต่อมาคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้มีคำสั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์บางส่วน โดยให้เพิกถอนเฉพาะเครื่องจักรที่ใช้ผิดเงื่อนไข หรือที่นำไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ ส่วนสิทธิและประโยชน์ในการยกเว้นภาษีอากรเครื่องจักรนั้น คงเป็นไปตามปกติ

บีโอไอจะแจ้งคำสั่งให้กับกรมศุลกากรทราบ และเมื่อได้รับหนังสือแจ้งจำนวนเงินภาษีอากรอันพึงจะต้องชำระจากกรมศุลกากร ผู้ได้รับการส่งเสริมต้องไปชำระภาษีอากรเครื่องจักร พร้อมกับภาษีมูลค่าเพิ่มเต็มจำนวนของมูลค่าเครื่องจักรดังกล่าวภายในกำหนดระยะเวลา 1 เดือนนับจากวันที่ได้รับแจ้งจำนวนเงินภาษีอากร

หากมีปัญหาว่า ผู้ได้รับการส่งเสริมได้ชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามหนังสือแจ้งจำนวนเงินภาษีอากรที่ทางกรมศุลกากรได้แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาเป็นไปตามมาตรา 55 วรรคสาม แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ผู้ได้รับการส่งเสริมจะมีภาระที่จะต้องเสียเบี้ยปรับและเงินเพิ่มตามมาตรา 78/2 (1) แห่งประมวลรัษฎากรหรือไม่

ซึ่งปัญหาดังกล่าวนั้น เป็นกรณีผู้ได้รับการส่งเสริม ถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์และบีโอไอมีหนังสือถึงกรมศุลกากร ขอให้เรียกเก็บอากรตามสภาพ ณ วันที่คณะกรรมการกำหนด (เฉพาะเครื่องจักรส่วนที่ได้ถูกเพิกถอน) หากผู้ได้รับการส่งเสริมได้ชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามการแจ้งจำนวนเงินภาษีอากร จากกรมศุลกากรภายในกำหนดระยะเวลา ตามมาตรา 55 วรรคสาม แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 แล้ว ผู้ได้รับการส่งเสริมไม่มีภาระที่ต้องเสียเบี้ยปรับ และเงินเพิ่มตามประมวลรัษฎากรแต่อย่างใด ทั้งนี้ ตามมาตรา 78/2 (1) แห่งประมวลรัษฎากร

[1] หนังสือตอบข้อหารือกรมสรรพากรเลขที่ กค 0706/พ./1958 26 กุมภาพันธ์ 2547 ภาษีมูลค่าเพิ่ม การเสียเบี้ยปรับเงินเพิ่มกรณีการถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์

อย่างไรก็ตาม ผู้ได้รับการส่งเสริมฯ ไม่สามารถอ้างได้ว่าในขณะนำเครื่องจักรเข้ามานั้น ตนได้กระทำการโดยสุจริตอันไม่ต้องชำระอากรขาเข้า หากถูกเพิกถอนสิทธิประโยชน์

คำพิพากษาฎีกาที่ 715/2530 จำเลยนำของเข้ามาในราชอาณาจักร โดยได้รับยกเว้นการเสียภาษีอากรจากบีโอไอ ต่อมาจำเลยถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ที่ได้รับยกเว้นทั้งหมด ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 มาตรา 55 ให้ถือว่าผู้ได้รับการส่งเสริมฯ นั้นไม่เคยได้รับยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีอากรมาแต่ต้น ฉะนั้นจำเลยจะต้องชำระภาษีอากรโดยไม่คำนึงว่าเมื่อจำเลยนำของเข้ามานั้นได้กระทำโดยสุจริตหรือไม่

การนับอายุความ

ส่วนการนับอายุความนั้น ตามมาตรา 55 วรรคท้าย ให้เริ่มนับเมื่อพ้นหนึ่งเดือนนับแต่วันทราบคำสั่ง

คำพิพากษาฎีกาที่ 1158/2539 แม้จะฟังว่าตามใบขนสินค้าขาเข้าในคำฟ้องของโจทก์ จำเลยนำเข้ามาเกินกว่า 10 ปี นับถึงวันฟ้องแล้วก็ตาม แต่ตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 มาตรา 55 วรรคท้าย ให้เริ่มนับอายุความเมื่อพ้นหนึ่งเดือนนับแต่วันทราบคำสั่ง ซึ่งคำสั่งดังกล่าวคือ คำสั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์เกี่ยวกับภาษีอากรจากบีโอไอตามมาตรา 55 วรรคหนึ่ง เมื่อปรากฏว่าจำเลยทราบคำสั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์เกี่ยวกับภาษีอากรจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2528 การนับอายุความจึงเริ่มนับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งเดือน นับแต่วันที่จำเลยทราบคำสั่งนับถึงวันฟ้องยังไม่ครบสิบปี คดีของโจทก์จึงยังไม่ขาดอายุความตาม พ.ร.บ.ศุลกากร พ.ศ. 2469 มาตรา 10 วรรคสาม

จำเลยได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอ จำเลยนำเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ เกี่ยวกับเครื่องจักรเข้ามาในราชอาณาจักรโดยได้รับยกเว้นภาษีอากร เพื่อผลิตกล่องบรรจุตลับเทปคาสเซท และตลับเทปคาสเซท ต่อมาวันที่ 28 มีนาคม 2528 จำเลยถูกบีโอไอเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ทั้งหมด โดยเหตุไม่ส่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ จึงถือได้ว่าจำเลยไม่เคยได้รับยกเว้นภาษีอากรมาแต่ต้น ดังนั้น จำเลยจึงต้องเสียอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ เกี่ยวกับเครื่องจักรโดยถือสภาพของของราคาและอัตราภาษีอากร ที่เป็นอยู่ในวันนำเข้าเป็นเกณฑ์ในการคำนวณภาษีอากรแก่โจทก์ทั้ง 17 ใบขนสินค้าที่จำเลยยังไม่นำเงินมาชำระตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 มาตรา 55 วรรคหนึ่ง

หลังจากกรมศุลกากรโจทก์ที่ 1 ได้รับหนังสือจากบีโอไอว่า ได้เพิกถอนสิทธิประโยชน์ที่ให้แก่จำเลยทั้งหมด โดยให้เรียกเก็บภาษีอากรที่ได้รับยกเว้นทั้งหมด โจทก์ที่ 1 ได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่ประเมินอากร หน่วยส่งเสริมการลงทุนของโจทก์ที่ 1 จัดเก็บภาษีจากจำเลย เจ้าหน้าที่ดังกล่าวได้รวบรวมเอกสารใบขนสินค้าได้จำนวน 20 ฉบับ ประเมินภาษีอากรแล้วได้แจ้งให้จำเลยทราบและให้มาชำระภาษีพร้อมกับได้ส่งแบบแจ้งการประเมินอากร โดยได้แจ้งอากรขาเข้า ภาษีการค้า (เดิม) และภาษีบำรุงเทศบาลตามที่จำเลยสำแดงไว้ในใบขนสินค้าขาเข้าขณะนำสินค้าเข้ามาโดยแจ้งให้จำเลยมาชำระค่าภาษีภายใน 15 วัน นับแต่จำเลยได้รับหนังสือ

> หากเห็นว่าการประเมินไม่ถูกต้องอย่างไร ก็ชอบที่จะใช้สิทธิ์อุทธรณ์ตามที่บัญญัติไว้ในประมวลรัษฎากร

กรณีเช่นนี้ ย่อมถือได้ว่ามีการประเมินภาษีการค้าโดยเจ้าพนักงานประเมินตามประมวลรัษฎากร มาตรา 18 ประกอบด้วยมาตรา 87 (2) แล้ว หากจำเลยเห็นว่าการประเมินไม่ถูกต้องอย่างไร ก็ชอบที่จะใช้สิทธิ์อุทธรณ์ตามที่บัญญัติไว้ในประมวลรัษฎากร มาตรา 30 เสียก่อน แต่จำเลยก็ไม่ได้อุทธรณ์ต่อโจทก์ที่ 1 และโจทก์ที่ 2 แต่อย่างใด เมื่อจำเลยไม่ได้อุทธรณ์ตามที่ประมวลรัษฎากรบัญญัติไว้ การประเมินของเจ้าพนักงานประเมิน ที่เรียกเก็บภาษีการค้า และภาษีบำรุงเทศบาลจากจำเลยย่อมถึงที่สุด จำเลยจึงไม่มีสิทธิ์ยกขึ้นต่อสู้ อันเป็นการใช้สิทธิ์อุทธรณ์ต่อศาลได้

จำเลยต้องชำระอากรขาเข้า ภาษีการค้าและภาษีบำรุงเทศบาลตามใบขนสินค้าขาเข้าแต่ละฉบับ รวมทั้งสิ้น 17 ฉบับ ให้แก่โจทก์ทั้งสองแต่จำเลยยังมิได้ชำระ จำเลยจึงต้องชำระเงินเพิ่มอากรขาเข้า ในอัตราร้อยละหนึ่งต่อเดือนของค่าอากรขาเข้าที่ต้องชำระในแต่ละใบขนสินค้าขาเข้า นับแต่วันที่ได้ส่งมอบของให้จำเลยรับไปจนกว่าจำเลยชำระให้เสร็จสิ้นตาม พ.ร.บ. ศุลกากร พ.ศ. 2469 มาตรา 112 จัตวา

นอกจากนี้จำเลยจะต้องชำระเงินเพิ่มภาษีการค้าในอัตราร้อยละหนึ่งต่อเดือนหรือเศษของเดือนของเงินภาษีที่ต้องชำระ

ในแต่ละใบขนสินค้าขาเข้า นับเมื่อพ้นกำหนดสิบห้าวันถัดจากเดือนภาษี จนกว่าจะชำระให้เสร็จสิ้น แต่ทั้งนี้เงินเพิ่มภาษีการค้านี้จะต้องไม่เกินกว่าจำนวนภาษีที่ต้องชำระตามประมวลรัษฎากร มาตรา 89 ทวิ วรรคหนึ่ง และวรรคสี่ และจำเลยจะต้องชำระเงินเพิ่มภาษีบำรุงเทศบาลอีกร้อยละสิบของเงินเพิ่มภาษีการค้าที่ต้องชำระตาม พ.ร.บ. รายได้เทศบาล พ.ศ. 2497 มาตรา 12

การเรียกเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลย้อนหลัง

มาตรา 55/1 ในกรณีที่บีโอไอสั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล ให้ถือว่าผู้ได้รับการส่งเสริมฯ หมดสิทธิ์ ได้รับยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่ถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์นั้น และให้นำประมวลรัษฎากรมาใช้บังคับ

บีโอไออาจสั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยให้มีผลย้อนหลัง ไปถึงรอบระยะเวลาบัญชีที่ผู้ได้รับการส่งเสริมฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนดก็ได้

ในกรณีนี้ผู้ได้รับการส่งเสริม ต้องแจ้งขอชำระภาษีอากรที่ได้รับยกเว้น หรือลดหย่อนต่อกรมสรรพากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ หรือสำนักงานสรรพากรจังหวัด ที่ผู้ได้รับการส่งเสริมฯ มีสำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ โดยต้องชำระให้เสร็จสิ้นภายในหนึ่งเดือน นับแต่วันทราบคำสั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์นั้น โดยถืออัตราภาษีที่เป็นอยู่ของรอบระยะเวลาบัญชีที่ได้รับยกเว้น หรือลดหย่อนเป็นเกณฑ์คำนวณ

ถ้าผู้ได้รับการส่งเสริมมิได้แจ้งและชำระภาษีอากร หรือชำระภาษีอากรเพิ่มภายในกำหนดเวลาดังกล่าว ให้เสียเงินเพิ่มตามประมวลรัษฎากร นับแต่วันพ้นกำหนดเวลาแจ้งและชำระ จนถึงวันที่นำเงินภาษีอากร หรือภาษีอากรเพิ่มและเงินเพิ่มมาชำระ ถ้ามิได้มีการปฏิบัติเช่นว่านั้น ให้นำประมวลรัษฎากรมาใช้บังคับ

การเพิกถอนฯ มิให้มีผลกระทบต่อเงินปันผล

การเพิกถอนสิทธิและประโยชน์เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลตามวรรคสอง มิให้มีผลกระทบต่อเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ที่ได้จ่ายไปแล้วก่อนวันที่คณะกรรมการมีคำสั่งเพิกถอน

ตามมาตราดังกล่าวเป็นกรณีของผู้ที่ได้รับการส่งเสริมได้ใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลไปแล้วหรือไม่ก็ได้ เช่น โครงการที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป[2] (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ต้องดำเนินการให้ได้ใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายในระยะเวลา 2 ปี นับแต่วันเปิดดำเนินการ

หากไม่สามารถดำเนินการได้ จะถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี หรือกรณีที่ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับการส่งเสริมในโครงการที่มีเงื่อนไขกำหนด ให้มีการดำเนินการบางอย่างตามเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้ในประกาศ หากดำเนินการไม่ได้ตามเกณฑ์ ก็ต้องถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ ภาษีเงินได้นิติบุคคล เช่น ตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 3/2549 ลงวันที่ 20 มีนาคม 2549

กรณีที่ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับสิทธิและประโยชน์ ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ตามมาตรา 31 แต่สิทธิ์ดังกล่าวได้สิ้นสุดลงแล้ว ต่อมาต้องการโอนกิจการ

ของตนให้แก่บุคคลอื่นตามมาตรา 56 เรื่องการโอนกิจการ ผู้รับโอนก็ต้องรับโอนสิทธิ์ที่เหลืออยู่ตามบัตรส่งเสริมของผู้โอน ซึ่งผู้รับโอนย่อมมีพันธะผูกพันต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของผู้โอน

เมื่อผู้รับโอนไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในบัตรส่งเสริมในเรื่องการวิจัยและพัฒนา ซึ่งจะได้รับสิทธิตามมาตรา 35 (2) บีโอไอย่อมมีอำนาจสั่งเพิกถอนสิทธิ-ประโยชน์ได้ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน แม้สิทธิตามมาตรา 31 ของผู้โอนจะหมดก่อนที่จะมีการโอนก็ตาม บีโอไอก็สามารถเพิกถอนสิทธิตามมาตรา 35 (2) ที่ผู้รับโอนได้รับอยู่ได้

แต่อย่างไรก็ตาม บีโอไอสามารถมีหนังสือเตือนให้ผู้รับโอนได้ทราบว่า ถ้าผู้รับโอนไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขการวิจัยและพัฒนา ผู้รับโอนอาจจะถูกเพิกถอนสิทธิประโยชน์ที่ได้รับอยู่ได้ ทั้งนี้ ตามมาตรา 54 วรรคสอง เพื่อให้ผู้รับโอนมีโอกาสดำเนินการแก้ไขหรือปฏิบัติให้ถูกต้อง

การที่ผู้ได้รับการส่งเสริมฝ่าฝืนหรือปฏิบัติผิดเงื่อนไข อันจะต้องเพิกถอนสิทธิประโยชน์บางส่วน ซึ่งการเพิกถอนสิทธิประโยชน์บางส่วนนั้นมีได้ 2 กรณี คือ

1. เพิกถอนสิทธิและประโยชน์บางข้อที่ได้รับอยู่ตามบัตรส่งเสริม เช่น ในบัตรส่งเสริมระบุสิทธิประโยชน์ไว้หลายข้อ แต่ให้เพิกถอนสิทธิเกี่ยวกับการยกเว้นภาษีอากรสำหรับเครื่องจักรเพียงข้อเดียว เป็นต้น

[2] ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 6/2550 ลงวันที่ 13 พฤศจิกายน 2550

2. เพิกถอนสิทธิประโยชน์เฉพาะบางส่วน ของข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อในบัตรส่งเสริมฯ ซึ่งอาจทำได้หลายกรณี เช่น

- ในบัตรส่งเสริมข้อหนึ่งระบุว่า ผู้ได้รับการส่งเสริม จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล มีกำหนดเวลา 8 ปี ปรากฏว่า ผู้ได้รับการส่งเสริมปฏิบัติผิดเงื่อนไขตั้งแต่ปีที่ 3 ของการประกอบกิจการ คณะกรรมการย่อมมีอำนาจเพิกถอนสิทธิที่เหลืออยู่ตั้งแต่ปีที่ 3 ถึงปีที่ 5 ได้
- เพิกถอนสิทธิประโยชน์เพียงบางรายการเท่านั้น เช่น ตามบัตรส่งเสริมข้อหนึ่งกำหนดว่า ผู้ได้รับการส่งเสริม ได้รับสิทธิและประโยชน์การยกเว้นอากรขาเข้า 10 รายการ แต่ได้เอาของดังกล่าวไปใช้ในการอื่นนอกจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเพียง 6 รายการก็อาจจะเพิกถอนสิทธิเพียง 6 รายการนั้น
- เพิกถอนสิทธิและประโยชน์โดยคำนวณตามส่วน เช่น ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับยกเว้นไม่ต้องเสียอากรขาเข้า สำหรับเครื่องจักรอย่างหนึ่ง ที่นำเข้ามาใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริม คิดเป็นเงินค่าอากร 200,000 บาท ซึ่งบีโอไอได้อาศัยอำนาจตามมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 กำหนดให้ผู้ได้รับการส่งเสริมต้องใช้เครื่องจักรนั้นในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นเวลา 5 ปี

แต่ถ้าปรากฏว่าผู้ได้รับการส่งเสริมได้ใช้เครื่องจักรนั้นโดยถูกต้องไปเพียง 3 ปี แล้วนำไปใช้ในกิจการอื่นที่มิได้รับการส่งเสริม ในกรณีนี้บีโอไอมีอำนาจสั่งเพิกถอนสิทธิประโยชน์บางส่วน โดยให้ผู้ได้รับการส่งเสริมเสียภาษีอากรโดยคำนวณตามส่วนของระยะเวลาที่ถูกเพิกถอน คือ 2/5 * 200,000 ทั้งนี้ เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่บัญญัติไว้ในมาตรา 55 วรรคสอง

3. คณะกรรมการย่อมมีอำนาจที่จะกำหนด วันที่ถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ได้ โดยพิจารณาจากข้อเท็จจริงเป็นกรณีๆ ไป หากคณะกรรมการมิได้กำหนดวันที่เพิกถอนไว้ ก็ต้องถือว่าการเพิกถอนมีผลตั้งแต่วันที่คณะกรรมการมีมติเป็นต้นไป

คณะกรรมการย่อมมีอำนาจที่จะกำหนดวันที่ถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ได้ โดยพิจารณาจากข้อเท็จจริงเป็นกรณีๆ ไป

คำพิพากษาฎีกาที่ 1110/2538 ตามคำสั่งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน อาศัยอำนาจตามมาตรา 54 แห่ง พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 สั่งเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ ที่ได้ให้แก่จำเลยเท่าที่เหลืออยู่ตามบัตรส่งเสริมฯ ตั้งแต่วันที่ 28 พฤศจิกายน 2532 ซึ่งเป็นการเพิกถอนสิทธิและประโยชน์เกี่ยวกับภาษีอากรที่ได้ให้แก่จำเลยบางส่วน

ดังนั้น แม่พิมพ์และวัตถุดิบที่จำเลยนำเข้ามาในราชอาณาจักร ตั้งแต่ครั้งแรกถึงครั้งที่ 12 ซึ่งอยู่ในช่วงก่อนวันที่ 28 พฤศจิกายน 2532 ย่อมได้รับยกเว้นภาษีอากรตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 มาตรา 55 วรรคสอง

นานาสาระกับ บีโอไอ

การส่งเสริมการลงทุนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (3)

1. การขอรับการส่งเสริมการลงทุนตามมาตรการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม มีหลักเกณฑ์อย่างไรบ้าง

ตอบ จะต้องเป็นผู้ดำเนินการถูกต้องตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามที่หน่วยราชการกำหนด โดยมีค่ามลสารไม่เกินเกณฑ์ค่าควบคุม ที่กฎหมายกำหนด และเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ดังต่อไปนี้

- โรงกลั่นน้ำมัน
- โรงแยกก๊าซธรรมชาติ
- โรงไฟฟ้า
- เคมีและปิโตรเคมี
- แร่และโลหะพื้นฐาน

ทั้งนี้ จะต้องเป็นโครงการที่ดำเนินการอยู่แล้ว ไม่ว่าจะได้รับการส่งเสริมฯ หรือไม่ก็ตาม

2. โครงการที่ได้รับการส่งเสริมฯ ตามมาตรการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม จะได้รับสิทธิและประโยชน์อะไรบ้าง

ตอบ จะได้รับสิทธิและประโยชน์ ดังนี้

1. ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรในการปรับปรุงเครื่องจักร เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (มาตรา 28)
2. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 3 ปี เป็นสัดส่วนร้อยละ 70 ของเงินลงทุนโดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการปรับปรุงเครื่องจักร ทั้งนี้ โดยได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล จากรายได้ของกิจการที่ดำเนินการอยู่เดิมตามมาตรา 31
3. ระยะเวลาการได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลให้นับจากวันที่มีรายได้ภายหลังจากได้รับบัตรส่งเสริมฯ ฉบับแก้ไขปรับปรุงเครื่องจักร

3. โครงการที่ได้รับการส่งเสริมฯ ตามมาตรการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม จะต้องยื่นเอกสารอะไรบ้าง และจะต้องยื่นภายในเวลาเท่าใด

ตอบ ผู้ขอรับสิทธิและประโยชน์ จะต้องยื่นคำขอรับการส่งเสริม (F PA PP 01) พร้อมทั้งแผนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่บีโอไอกำหนด โดยจะต้องยื่นคำขอฯ ภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2555 ที่สำนักบริหารการลงทุน 2 และ 4 ตามแต่ละประเภทของอุตสาหกรรม และดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 3 ปี นับจากวันที่บีโอไอออกบัตรส่งเสริมฯ

4. รายละเอียดของแผนการดำเนินงานที่จะต้องแนบพร้อมกับคำขอรับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายมาตรการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดอะไรบ้าง

ตอบ แผนการดำเนินงานมีรายละเอียดดังนี้

- วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน
- แหล่งที่มาของเทคโนโลยี เช่น รายละเอียดของเทคโนโลยี การออกแบบ ผู้ออกแบบ เป็นต้น พร้อมหนังสือรับรองจากผู้ออกแบบ (Letter of Intend)
- บุคลากร
- เครื่องจักร/เครื่องมือ/อุปกรณ์ (แนบแคตตาล็อกของเครื่องมือ/อุปกรณ์ และหรือ ใบเสนอราคา)
- วัตถุดิบ/วัสดุจำเป็น
- แผนการจ้างหน่วยงานอื่นทำการตรวจสอบ (ถ้ามี)
- ระยะเวลา และขั้นตอนการดำเนินการ

5. แผนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จะต้องดำเนินการเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมในเรื่องใดบ้าง

ตอบ จะต้องดำเนินการเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมตามตัวชี้วัด ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องก็ได้ ดังต่อไปนี้

1. การลดปริมาณการระบายซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2)
2. การลดปริมาณระบายไนโตรเจนออกไซด์ (NO_x)
3. การปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งและ/หรือการลดปริมาณการระบายน้ำทิ้ง
4. การลดปริมาณการระบายของ TOTAL VOCs

ทั้งนี้ หากแผนที่ผู้ขอเสนอมา ไม่เป็นไปตามตัวชี้วัดทั้ง 4 จะมีคณะทำงานพิจารณากลั่นกรองโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจะพิจารณาเป็นกรณีไป

นโยบายส่งเสริมการลงทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึงอะไร

ตอบ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง วิสาหกิจที่มีสินทรัพย์ถาวรสุทธิหรือขนาดการลงทุน โดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนไม่เกิน 200 ล้านบาท

2. ประเภทกิจการใดบ้าง ที่สามารถขอรับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายส่งเสริม SMEs ได้

ตอบ มีการกำหนดประเภทกิจการไว้มากกว่า 50 ประเภท ที่สามารถขอรับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายนี้ได้ โดยสามารถยกตัวอย่างได้ ดังนี้

หมวด 1 เช่น กิจการผลิตหรือถนอมอาหาร หรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย กิจการขยายพันธุ์สัตว์หรือเลี้ยงสัตว์ กิจการผลิตน้ำมันหรือไขมันจากพืชหรือสัตว์ กิจการคัดคุณภาพและบรรจุเก็บรักษา พืชผัก ผลไม้ หรือดอกไม้ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย กิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ กิจการห้องเย็น เป็นต้น

หมวด 2 เช่น กิจการผลิตเซรามิกส์ กิจการผลิตแก้วหรือผลิตภัณฑ์แก้ว กิจการ

ผลิตวัสดุทนไฟหรือฉนวนกันความร้อน (ยกเว้นอิฐมวลเบา อิฐน้ำหนักเบา) กิจการผลิตแผ่นยิปซั่มหรือผลิตภัณฑ์จากยิปซั่ม เป็นต้น

หมวด 3 เช่น กิจการผลิตผ้า กิจการผลิตเครื่องนุ่งห่ม กิจการผลิตเคหะสิ่งทอ กิจการผลิตรองเท้าหรือชิ้นส่วน กิจการผลิตกระเป๋าหรือชิ้นส่วน กิจการผลิตที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ กิจการผลิตเครื่องเรือนหรือชิ้นส่วน (ยกเว้นผลิตภัณฑ์จากไม้หวงห้าม) เป็นต้น

หมวด 4 เช่น กิจการผลิตเครื่องมือช่างและเครื่องมือวัด กิจการผลิตเครื่องจักร อุปกรณ์และชิ้นส่วน กิจการผลิตผลิตภัณฑ์โลหะรวมทั้งชิ้นส่วนโลหะ กิจการผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะ เป็นต้น

หมวด 5 เช่น กิจการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า กิจการผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

หมวด 6 ได้แก่ กิจการผลิตภัณฑ์พลาสติกหรือเคลือบด้วยพลาสติก กิจการผลิตสิ่งของจากเยื่อหรือกระดาษ กิจการผลิตสิ่งพิมพ์

หมวด 7 ได้แก่ กิจการโรงแรม โดยจะต้องมีจำนวนห้องพักไม่น้อยกว่า 40 ห้อง และโครงการที่ตั้งในเขต 1 และเขต 2 รวมทั้งอำเภอหาดใหญ่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ อำเภอหัวหิน อำเภอชะอำ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่ ไม่อยู่ในข่ายให้การส่งเสริมฯ ตามนโยบายนี้

3. โครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายส่งเสริม SMEs จะต้องมีขนาดการลงทุนขั้นต่ำเท่าใด และมีการกำหนดขนาดการลงทุนขั้นสูงหรือไม่

ตอบ จะต้องมีขนาดการลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน ไม่น้อยกว่า 500,000 บาท และโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ แต่ละโครงการจะต้องมีขนาดการลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน ไม่เกิน 80 ล้านบาท ทั้งนี้เมื่อรวมทั้งกิจการแล้ว จะต้องมีสินทรัพย์ถาวรสุทธิหรือขนาดการลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน ไม่เกิน 200 ล้านบาท

4. สินทรัพย์ถาวรสุทธิ หมายถึงอะไร

ตอบ สินทรัพย์ถาวรสุทธิ หมายถึง สินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจโดยทั้งหมดไม่รวมค่าที่ดิน หากดูในงบการเงิน ก็จะได้แก่ สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน **โดยหักค่าที่ดินออก** ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ได้แก่ อาคาร เครื่องจักร เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน ยานพาหนะ เป็นต้น

5. โครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายส่งเสริม SMEs จะต้องยื่นคำขอภายในระยะเวลาเมื่อใด

ตอบ จะต้องยื่นคำขอรับการส่งเสริมฯ ภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2554

6. โครงการที่มีหุ้นต่างชาติข้างมาก สามารถขอรับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายส่งเสริม SMEs ได้หรือไม่

ตอบ ไม่ได้ เนื่องจากมีเงื่อนไขกำหนดไว้ว่า จะต้องมีบุคคลผู้มีสัญชาติไทยถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน ซึ่งหากมีผู้ถือหุ้นเป็นบริษัท จะต้องพิจารณาต่อด้วยว่าบริษัทที่มาถือหุ้นนั้นมีสัดส่วนหุ้นไทยอยู่เท่าใด

7. โครงการที่ได้รับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายส่งเสริม SMEs จะได้รับสิทธิและประโยชน์อะไรบ้าง

ตอบ จะได้รับสิทธิและประโยชน์ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรทุกเขต (มาตรา 28) ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปีทุกเขต โดยไม่กำหนดวงเงินการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล (มาตรา 31 วรรคสอง) และได้รับสิทธิและประโยชน์อื่นตามประกาศ กกท.ที่ 1/2543

8. โครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายส่งเสริม SMEs จะใช้เครื่องจักรเก่าในประเทศได้หรือไม่

ตอบ สามารถใช้ได้ โดยจะอนุญาตให้นำเครื่องจักรใช้แล้วในประเทศ มาใช้ในโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ได้ โดยมีมูลค่าไม่เกิน 10 ล้านบาท แต่จะต้องมีการลงทุนเครื่องจักรใหม่มีมูลค่าไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของมูลค่าเครื่องจักรใช้แล้ว (ดังนั้นหากใช้เครื่องจักรเก่ามูลค่า 10 ล้านบาท จะต้องลงทุนเครื่องจักรใหม่ไม่น้อยกว่า 2.5 ล้านบาท)

9. เครื่องจักรใช้แล้วที่ซื้อมาจากต่างประเทศ จะใช้ในโครงการตามนโยบายส่งเสริม SMEs ได้หรือไม่

ตอบ สามารถใช้ได้ โดยเครื่องจักรใช้แล้วที่ซื้อมาจากต่างประเทศ ให้หมายถึง

เครื่องจักรใหม่ที่ใช้ในโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ตามนโยบายส่งเสริม SMEs

10. ผู้ขอฯ สามารถใช้เครื่องจักรใช้แล้วที่มีอยู่เดิมได้หรือไม่ หรือว่าจะต้องเป็นเครื่องจักรที่ซื้อเข้ามาใหม่เท่านั้น

ตอบ สามารถใช้ได้ทั้งสองกรณี

11. กรณีจะใช้เครื่องจักรใช้แล้วที่บริษัทมีอยู่เดิม จะคำนวณมูลค่าเครื่องจักรอย่างไร

ตอบ ให้ใช้ราคาตามบัญชี (Book Value) ที่จัดทำในงบการเงินของบริษัทของเครื่องจักรเดิมที่มีอยู่แล้ว ณ วันยื่นขอรับการส่งเสริมฯ

12. กรณีจะใช้เครื่องจักรใช้แล้วที่ซื้อมาใหม่ในประเทศ จะคำนวณมูลค่าเครื่องจักรอย่างไร

ตอบ ให้ใช้ราคาเครื่องจักรที่ซื้อมา

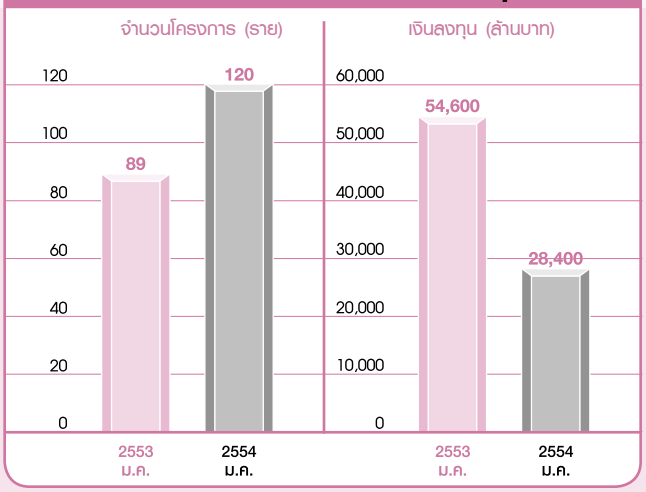
13. มูลค่าอาคารที่มีอยู่เดิม สามารถรวมเป็นมูลค่าเงินลงทุน ได้หรือไม่

ตอบ ไม่สามารถนำมารวมได้ เงินลงทุนนั้นจะต้องใช้เพิ่มเติมจากส่วนที่ลงทุนไปแล้ว เช่น ค่าก่อสร้างโรงงานเพิ่มเติม หรือค่าเช่าอาคารโรงงานส่วนที่เพิ่มขึ้น และมูลค่าเครื่องจักรใหม่ที่ซื้อเพิ่มเติม เป็นต้น

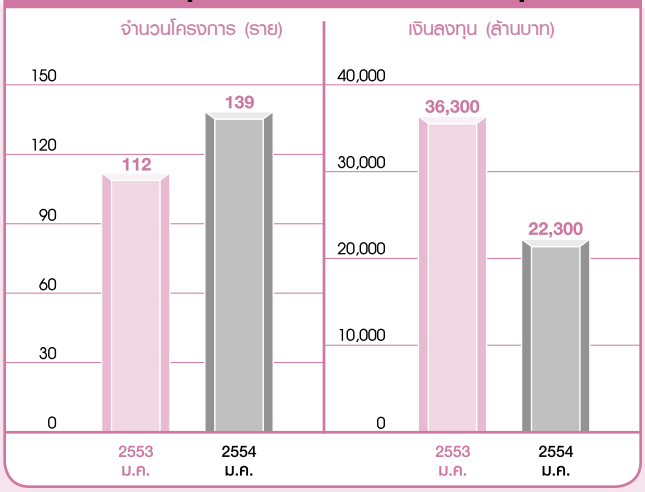
(ข้อมูล ณ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2554)

สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุน

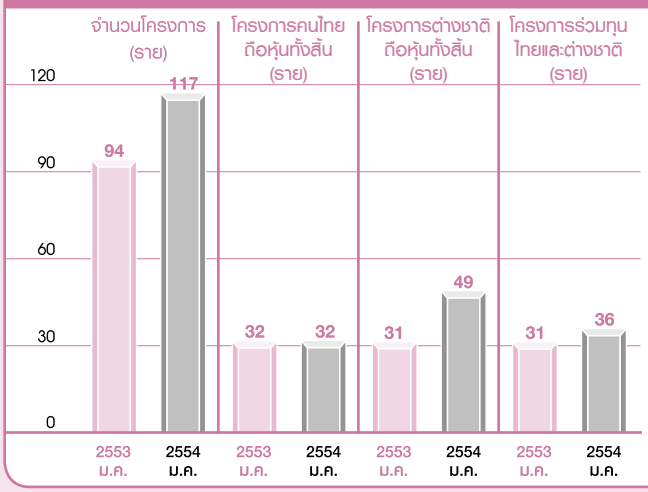
การขอรับการส่งเสริมการลงทุน

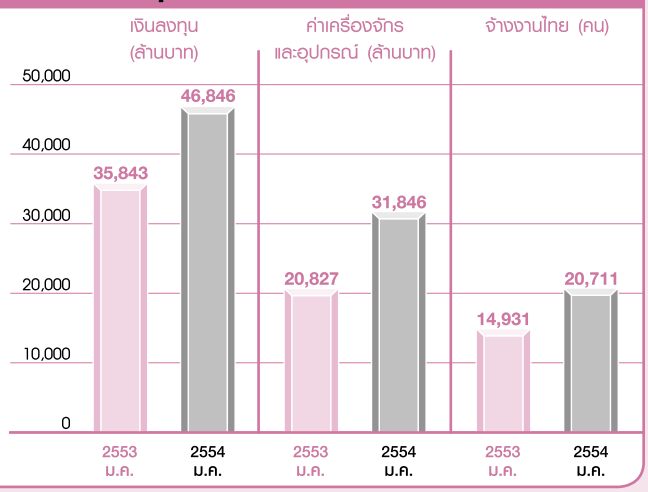


การอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน



การออกบัตรส่งเสริมการลงทุน





จำแนกโดยการออกบัตรส่งเสริมการลงทุนตามหมวดกิจการ

หน่วย : ล้านบาท

หมวดกิจการ	จำนวนโครงการ (ราย)			เงินลงทุน			ทุนจดทะเบียนไทย			ทุนจดทะเบียนต่างชาติ			จ้างแรงงาน (คน)		
	2553	2553 ม.ค.	2554 ม.ค.	2553	2553 ม.ค.	2554 ม.ค.	2553	2553 ม.ค.	2554 ม.ค.	2553	2553 ม.ค.	2554 ม.ค.	2553	2553 ม.ค.	2554 ม.ค.
เกษตรกรรมและผลิตผลการเกษตร	183	10	16	50,196	4,156	2,613	5,317	468	334	2,238	6	6	28,411	3,087	1,167
เหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน	31	2	-	36,761	618	-	1,317	110	-	3,220	100	-	4,291	76	-
อุตสาหกรรมเบา	73	7	11	10,809	102	732	603	1	97	771	16	99	25,129	609	3,840
ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง	251	13	18	85,784	1,516	2,834	1,369	21	-	9,224	216	479	35,454	1,377	1,309
อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า	234	17	19	90,164	19,558	30,147	472	24	99	1,110	168	15	93,243	6,907	12,275
เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก	160	15	14	37,822	4,020	1,541	1,396	217	10	1,616	556	58	13,581	2,162	888
บริการ และสาธารณูปโภค	406	30	39	176,452	5,873	8,979	12,362	1,056	1,110	3,082	88	306	13,543	713	1,232
รวม	1,338	94	117	487,989	35,843	46,846	22,835	1,896	1,649	21,261	1,150	964	213,652	14,931	20,711

ภาวะการส่งเสริมการลงทุน

มกราคม 2554 เปรียบเทียบ ปี 2552 และ 2553

	2552	2553	2553 ม.ค	2554 ม.ค.	2552	2553	2553 ม.ค.	2554 ม.ค.
	จำนวนโครงการ (ราย)				ทุนจดทะเบียน (พันล้านบาท)			
การขอรับการส่งเสริมฯ สุทธิ	1,489	1,575	89	120	74.0	108.9	65.4	57.2
การร่วมทุนของโครงการต่างชาติ					43.8	36.0	22.0	26.3
ต่างชาติรายใหญ่								
ญี่ปุ่น	262	379	26	40	5.2	12.6	0.5	3.4
ยุโรป	213	191	11	13	5.1	4.6	0.1	-
ไต้หวัน	70	44	2	4	4.3	0.5	-	0.1
สหรัฐอเมริกา	81	61	1	1	6.4	1.4	-	-
ฮ่องกง	19	27	1	3	1.8	0.7	-	-
สิงคโปร์	87	87	7	7	1.1	2.0	0.6	0.2
					เงินลงทุน (พันล้านบาท)			
การกระจายของแหล่งที่ตั้ง								
เขต 1	452	475	26	41	80.2	49.6	8.3	2.7
กรุงเทพมหานคร	193	224	16	24	15.4	10.2	2.1	0.7
ปริมณฑล	259	251	10	17	64.8	39.4	6.3	2.0
เขต 2	511	616	39	47	310.2	230.5	42.8	15.1
ระยอง	109	161	11	14	56.2	95.2	11.1	3.5
ภูเก็ต	11	6	-	-	2.6	3.0	-	-
อื่นๆ	391	449	28	33	251.4	132.3	31.7	11.6
เขต 3	523	482	24	32	247.6	163.8	3.5	10.6
- 36 จังหวัด	440	410	23	29	201.6	148.1	3.4	10.0
- 22 จังหวัด (เขต 3 พิเศษ)	83	72	1	3	46.0	15.7	0.1	0.7
ภาคเหนือ	119	99	6	4	37.4	47.3	0.3	0.6
ภาคกลาง	31	18	-	3	28.1	11.1	-	0.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	180	160	6	8	104.0	58.2	0.7	0.9
ภาคตะวันออก	51	54	4	7	24.1	9.9	0.8	6.4
ภาคตะวันตก	30	13	-	-	8.2	1.7	-	-
ภาคใต้	74	95	7	7	26.7	16.3	0.7	1.2
อื่นๆ	38	43	1	3	19.0	19.4	0.9	0.9
ไม่ระบุที่ตั้ง	3	2	-	-	0.1	-	-	-

	2552	2553	2553 ม.ค	2554 ม.ค.	2552	2553	2553 ม.ค.	2554 ม.ค.
	จำนวนโครงการ (ราย)				ทุนจดทะเบียน (พันล้านบาท)			
การอนุมัติให้การส่งเสริมฯ ทั้งสิ้น	1,003	1,566	112	139	79.0	41.4	39.7	47.2
การร่วมทุนของโครงการต่างชาติ					57.2	16.5	15.9	20.4
ต่างชาติรายใหญ่								
ญี่ปุ่น	248	368	20	34	3.4	6.2	0.3	0.4
ยุโรป	159	186	15	17	2.6	4.6	0.1	0.2
ไต้หวัน	33	42	-	2	0.6	0.3	-	0.1
สหรัฐอเมริกา	41	55	2	8	5.7	0.7	-	-
ฮ่องกง	13	31	1	1	0.1	0.2	-	-
สิงคโปร์	65	79	5	9	0.3	2.2	0.2	-
					เงินลงทุน (พันล้านบาท)			
การกระจายของแหล่งที่ตั้ง								
เขต 1	336	496	35	35	49.7	69.8	3.4	2.5
กรุงเทพมหานคร	162	223	13	18	11.9	11.1	0.5	0.9
ปริมณฑล	174	273	22	17	37.8	58.7	2.9	1.6
เขต 2	383	605	41	54	180.8	244.1	21.4	12.4
ระยอง	96	152	9	11	42.7	84.2	1.0	2.7
ภูเก็ต	11	9	1	1	1.7	3.0	-	1.7
อื่นๆ	276	444	31	42	136.3	156.9	20.4	8.0
เขต 3	284	465	36	50	50.9	177.3	11.5	7.4
- 36 จังหวัด	244	410	32	40	46.0	161.5	11.4	6.4
- 22 จังหวัด (เขต 3 พิเศษ)	40	55	4	10	4.9	15.9	0.1	1.0
ภาคเหนือ	61	96	5	7	5.9	24.1	0.5	0.6
ภาคกลาง	10	29	-	-	1.3	24.3	-	-
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	75	132	10	25	11.3	67.5	2.8	3.9
ภาคตะวันออก	40	44	-	3	7.1	23.5	-	0.4
ภาคตะวันตก	13	15	5	2	1.3	3.1	0.8	0.1
ภาคใต้	62	102	6	7	11.3	22.3	2.0	1.6
อื่นๆ	23	47	10	6	12.7	12.6	5.4	0.8

หมายเหตุ เขต 1 ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร และสมุทรปราการ
เขต 2 ได้แก่ กาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครนายก พระนครศรีอยุธยา ราชบุรี สระบุรี สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี อ่างทอง ระยอง และภูเก็ต
เขต 3 ได้แก่ 58 จังหวัด โดยแบ่งเป็นเขต 3 พิเศษ จำนวน 22 จังหวัด ได้แก่ ศรีสะเกษ หนองบัวลำภู สุรินทร์ ยโสธร มหาสารคาม นครพนม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ สกลนคร บุรีรัมย์ อำนาจเจริญ ชัยภูมิ หนองคาย อุบลราชธานี อุดรธานี แพร่ พะเยา น่าน สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส และเขต 3 ใน 36 จังหวัดที่เหลือ
สำหรับกิจการขนส่งทางเรือ หรืออากาศ ได้รวมไว้ใน เขต 3

ข้อสังเกต 1) ในแต่ละเดือนสถิติการอนุมัติให้การส่งเสริมฯ ไม่สามารถนำไปเปรียบเทียบกับสถิติการขอรับการส่งเสริมฯ ในเดือนเดียวกัน เนื่องจากปกติสำนักงานฯ จะใช้เวลาพิจารณาอนุมัติโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ภายในกำหนดเวลา 15 - 90 วันทำการ
2) สถิติไม่นับรวมโครงการซึ่งไม่มีการลงทุนเพิ่ม ได้แก่ โยกย้ายสถานประกอบการ รับโอนโครงการ กิจการเดิมขอสิทธิประโยชน์ไม่เกี่ยวกับภาษีอากร

โครงการอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน เดือน**มกราคม 2554**

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
หมวด 1 เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร					
1. พลังงานคาร์บอน จำกัด (ร่วมทุนไทย-เยอรมนี)	ก๊าซชีวภาพ	1.18	41.60*	7	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
2. นายภาคภูมิ พีรวรสกุล (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เนื้อสุกรชำแหละ	1.9	13.42	16	จ.หนองบัวลำภู (เขต 3)
3. ซีทีเอ็กซ์ โฮลดิ้ง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการแช่แข็งและรับฝากห้องเย็น	1.19	94.00*	53	จ.ปทุมธานี (เขต 1)
4. ที.เอช. แพลเล็ท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แป้งมันสำปะหลัง	1.13	79.50*	59	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
5. นายชูวิทย์ จึงธนสมบูรณ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ปุ๋ยอินทรีย์	1.4	20.00	15	จ.บุรีรัมย์ (เขต 3)
6. ไทยศรีทอง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบและเมล็ดในปาล์มอบแห้ง	1.12	411.30*	90	จ.กระบี่ (เขต 3)
7. แหลมทองโปรตีนฟู้ด จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์อาหารจากเนื้อสัตว์แช่เย็น	1.11	140.00*	159	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
8. ซีพีเอฟ ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง	1.11	128.75*	1,290	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
9. พลังงานคาร์บอน จำกัด (ร่วมทุนไทย-เยอรมนี)	ก๊าซชีวภาพ	1.18	46.50*	7	จ.ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
10. พลังงานคาร์บอน จำกัด (ร่วมทุนไทย-เยอรมนี)	ก๊าซชีวภาพ	1.18	46.50*	7	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
11. พลังงานคาร์บอน จำกัด (ร่วมทุนไทย-เยอรมนี)	ก๊าซชีวภาพ	1.18	46.50*	7	จ.ร้อยเอ็ด (เขต 3)
12. พลังงานคาร์บอน จำกัด (ร่วมทุนไทย-เยอรมนี)	ก๊าซชีวภาพ	1.18	46.50*	7	จ.กาฬสินธุ์ (เขต 3)
13. อินโนเวทีฟ โกลฟส์ จำกัด (ร่วมทุนไทย-อินเดีย)	ถุงมือยางธรรมชาติและถุงมือยางสังเคราะห์	1.16 และ 6.9	80.00*	229	จ.สงขลา (เขต 3)
14. เอเป็กซ์ บรีดเดอร์ฟาร์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ลูกไก่	1.5	195.00*	16	จ.ชลบุรี (เขต 2)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
15. ยูนิเวอร์แซล ไรซ์ จำกัด (ร่วมทุนไทย-ออสเตรเลีย)	คัดคุณภาพข้าวครบวงจร	1.14	300.00*	123	จ.บุรีรัมย์ (เขต 3)
16. นายอรรณพ จินตบุตร (ร่วมทุนไทย-สหรัฐฯ)	เพรียงสด และเพรียงแช่แข็ง	1.5	160.00*	36	จ.ชลบุรี (เขต 2)
17. ศิควอนต้า จำกัด (ร่วมทุนไทย-เยอรมนี)	ยางรัดของ	1.16	59.70*	185	จ.บุรีรัมย์ (เขต 3)
18. ท็อป ปาล์มออยส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบ	1.12	32.00	18	จ.ชุมพร (เขต 3)
19. ที.เอช.แพลเล็ท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ก๊าซชีวภาพ	1.18	40.00*	9	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
20. พลวิทยาฟาร์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไข่ไก่	1.5	126.00*	30	จ.ขอนแก่น (เขต 3)
21. อีเกิ้ล ออตตาวา (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย-สหรัฐฯ)	หนังสัตว์แต่งสำเร็จรูป	1.10	300.00*	654	จ.ระยอง (เขต 2)
22. ทรี ซีซั่น ฟรุ๊ตส์ อินดัสตรี้ จำกัด (ร่วมทุนไทย-จีน)	ผลิตภัณฑ์จากพืช ผัก ผลไม้	1.11	80.00*	360	จ.ชลบุรี (เขต 2)
23. กรีนเวิลด์อินโนเวชั่น จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แก่นปอแห้งและปุ๋ยน้ำชีวภาพ	1.17	3.30	32	จ.อุบลราชธานี (เขต 3)
รวม			2,490.57	3,409	เขต 1 = 2 เขต 2 = 5 เขต 3 = 16 ไม่ระบุที่ตั้ง = -
หมวด 2 เหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน					
1. พี.ซี.เอส. ฟอร์จจิ้ง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนเหล็กทุบ (FORGING PART) และแม่พิมพ์ (DIE)	2.16 และ 4.2	601.00**	219	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
รวม			601.00	219	เขต 1 = 0 เขต 2 = 0 เขต 3 = 1 ไม่ระบุที่ตั้ง = -

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
หมวด 3 อุตสาหกรรมเบา					
1. ลัคกี้ โฮ จำกัด (หุ้นไต้หวันทั้งสิ้น)	ลูกเบสบอล	3.5	45.00*	212	จ.ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
2. MR.ANDREAS GREWE (หุ้นฮ่องกงทั้งสิ้น)	พื้นรองเท้า (OUTSOLES)	3.3	32.00	22	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
3. อัลเท็กซ์ เอ็นเตอร์ไพรซ์ (2010) จำกัด (ร่วมทุนไทย-ไต้หวัน)	เครื่องนุ่งห่ม	3.1	15.00	330	จ.ตาก (เขต 3)
4. คิดส์ แอนด์ คิทส์ วู้ดเวอร์ค จำกัด (ร่วมทุนไทย-ไต้หวัน-สหรัฐฯ)	ของเล่นที่ทำจากไม้และชิ้นส่วน	3.12	33.00	40	จ.ชลบุรี (เขต 2)
5. ดาเลี่ยน ทาเล้น โฮมเดคอร์ (ไทย) จำกัด (หุ้นจีนทั้งสิ้น)	เชิงเทียนจากไม้ (CANDLE HOLDER)	3.15	14.10	42	จ.เชียงใหม่ (เขต 3)
6. เอ็มโอดี เอเชีย จำกัด (ร่วมทุนไทย-สหรัฐฯ)	เครื่องประดับ	3.7	32.00	75	จ.เชียงใหม่ (เขต 3)
7. ดอยซิลเวอร์แฟคตอรี่ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องประดับและชิ้นส่วน	3.7	2.30	155	จ.น่าน (เขต 3)
8. เวนเจอร์ แอพพาเรล จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องนุ่งห่ม	3.1	11.27	236	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
9. ริกเตอร์ คอมโพสิทส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เจ็ตสกีและชิ้นส่วน	3.5	38.00	51	จ.ปทุมธานี (เขต 1)
10. ไทย จิวเวลรี่ แมนูแฟคเจอร์เรอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องประดับ	3.7	19.30	459	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
11. พารากอน เวิลด์ไวด์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องประดับและพลอยเจียระไน	3.7	5.00	349	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
12. เอสเซม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ร่วมทุนไทย-อินเดีย)	หัวปากกาลูกลื่น (BALL POINT PEN TIPS)	3.11	115.00*	50	จ.ชลบุรี (เขต 2)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
13. เอ็น เค เม็คคาทรอนิกส์ จำกัด (ร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น)	อุปกรณ์ให้ยา (SYRINJECTOR) และ/หรือ ควบคุมปริมาณยา (PATIENT CONTROLLED) ANALGESIA SET (PCA) และถุงบรรจุของเสีย (SUCTION BAG) และ/หรือ ท่อต่อถุงบรรจุของเสีย (CONNECTING TUBE)	3.9	136.60*	296	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
14. MR. LEE KWOK CHOY (ร่วมทุนมาเลเซีย-สิงคโปร์)	ไม้ยางพาราแปรรูป ไม้แผ่นประสาน และชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์	3.15	292.00*	600	จ.สงขลา (เขต 3)
รวม			790.57	2,917	เขต 1 = 3 เขต 2 = 4 เขต 3 = 7 ไม่ระบุที่ตั้ง = -
หมวด 4 ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง					
1. เค.ซี.เมททอลชีท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบแปตัวซี แปประแนง และประตูม้วน	4.3	36.70	32	จ.ขอนแก่น (เขต 3)
2. ฮิโรโอกะ (ไทยแลนด์) จำกัด (ร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนโลหะ	4.3	20.00	26	จ.ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
3. จินยัง ไวร์ โรป (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเกาหลีทั้งสิ้น)	STEEL WIRE ROPE	4.3	87.60*	25	จ.ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
4. โคอิเดะ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะขึ้นรูป	4.3	108.90*	36	จ.ระยอง (เขต 2)
5. เซ้าท์เกท อุตสาหกรรม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ถังโลหะ	4.3	2.60	40	จ.สงขลา (เขต 3)
6. เท็กซ์โฟกัส จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะปั๊มขึ้นรูป	4.3	9.30	60	จ.ปทุมธานี (เขต 1)
7. MR.TOSHIHIRO KATSUMATA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะสำหรับยานพาหนะ	4.10	38.10	42	จ.สมุทรปราการ (เขต 1)
8. MR.DAISUKE NAKAJIMA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะขึ้นรูป	4.3	158.00*	21	จ.ชลบุรี (เขต 2)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
9. อี แอนด์ เอช พรีซิชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะกลึงแต่ง	4.3	300.00*	46	จ.ชลบุรี (เขต 2)
10. MR.JENS HUHN (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	INDUSTRIAL VACUUM SYSTEM, INDUSTRIAL DUST EXTRACTION SYSTEM และ INDUSTRIAL VACUUM MACHINE	4.2	45.40*	28	จ.ชลบุรี (เขต 2)
11. ซีบีไอ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนสหรัฐฯ-เนเธอร์แลนด์)	โครงสร้างโลหะสำหรับงานก่อสร้างหรืออุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรม	4.19	71.70*	300	จ.ชลบุรี (เขต 2)
12. เอฟ ไอ ซี อินเตอร์เนชั่นแนล (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ท่อสำหรับยานพาหนะ	4.10	24.00	64	จ.ชลบุรี (เขต 2)
13. อุตสาหกรรมการบิน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซ่อมบำรุงอากาศยาน	4.9	100.00*	120	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
14. สเตท อินดัสทรี (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	แปรงสำหรับเครื่องจักรอุตสาหกรรม	4.2	35.00	34	จ.ระยอง (เขต 2)
15. ไวร์เมชราชสีมา จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ตะแกรงเหล็ก (WIRE MESH)	4.3	17.50	40	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
16. ดับบลิวเอ็มไอไวร์เมช จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ตะแกรงเหล็ก (WIRE MESH)	4.3	20.00	40	จ.นครสวรรค์ (เขต 3)
17. ไวร์เมชขอนแก่น จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ตะแกรงเหล็ก (WIRE MESH)	4.3	27.00	40	จ.ขอนแก่น (เขต 3)
18. ไทย เมอิระ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สลักเกลียว (BOLT)	4.3	541.00**	53	จ.ระยอง (เขต 2)
19. แสงเจริญอีสเทิร์นกัลวาไนซ์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	การชุบเคลือบผิวด้วยโลหะ	4.4	216.00*	133	จ.ชลบุรี (เขต 2)
20. ซันเด้น (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย-สิงคโปร์-ญี่ปุ่น)	คอมเพรสเซอร์สำหรับยานพาหนะ	4.10	548.00**	140	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
21. เฮชิ จำกัด (หุ้นเกาหลีทั้งสิ้น)	แม่พิมพ์ (MOLD) ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ (MOLD PARTS) และการซ่อมแซมแม่พิมพ์ (MOLD REPAIRING)	4.2	30.00	18	จ.ชลบุรี (เขต 2)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
22. ไทย เทคนิค อิเคดะ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	COMPLETE SET OF SURFACE TREATMENT EQUIPMENT และ SURFACE TREATMENT EQUIPMENT PARTS	4.2	2.30	9	จ.สมุทรปราการ (เขต 1)
23. วาย เอส ภัณฑ์ จำกัด (ร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนโลหะสำหรับยานพาหนะ	4.10	71.00*	100	จ.ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
24. MR.HORMPHANH THONGVILU (หุ้นออสเตรเลียทั้งสิ้น)	โครงสร้างโลหะสำหรับงานก่อสร้าง (STEEL STRUCTURES)	4.19	19.94	7	จ.อุดรธานี (เขต 3)
25. พัฒนกิจบ้านโป่ง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	รถและอุปกรณ์เพื่อการเกษตร	4.2	60.00*	107	จ.ราชบุรี (เขต 2)
26. MR.TERUFUMI OHTA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สปริง (SPRINGS) และชิ้นส่วนโลหะปั๊มขึ้นรูป (STAMPING PARTS)	4.3	47.70*	47	จ.ชลบุรี (เขต 2)
27. นายไมเคิล ลี (ร่วมทุนเยอรมนี-ออสเตรเลีย)	ชิ้นส่วนโลหะ	4.3	119.00*	258	จ.เพชรบุรี (เขต 3)
28. ออโตลิฟ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นสวีเดนทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนถุงลมนิรภัย	4.10	518.30**	833	จ.ชลบุรี (เขต 2)
29. MR.KIRO HAYAKAWA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะสำหรับรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล	4.10	299.90*	68	จ.ชลบุรี (เขต 2)
30. โฟเรอเซีย อินทีเรียซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นฝรั่งเศสทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานพาหนะ	4.10	282.80*	135	จ.ระยอง (เขต 2)
31. อาโอยาม่าไทย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สลักเกลียวและแป้นเกลียว	4.3	231.90*	134	จ.ระยอง (เขต 2)
32. ซุปเปอร์ฟาสท์ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย-ไต้หวัน)	ชิ้นส่วนโลหะปั๊มขึ้นรูป	4.3	40.00*	110	จ.ชลบุรี (เขต 2)
33. เอ็มโก้ แอลทีดี (ไทยแลนด์) จำกัด (ร่วมทุนไทย-อิตาลี)	โครงสร้างโลหะสำหรับงานอุตสาหกรรม	4.19	54.50*	109	จ.ชลบุรี (เขต 2)
34. ยามาโตะ อีสเทิร์น จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แม่พิมพ์ และการซ่อมแซมแม่พิมพ์ที่ผลิตเอง	4.2	45.00*	40	จ.ชลบุรี (เขต 2)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
35. ทานาเบะ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	การชุบเคลือบผิว (SURFACE TREATMENT)	4.4	55.00*	30	จ.ปราจีนบุรี (เขต 3)
36. ไทย ทีอีเอส จำกัด (ร่วมทุนไทย-เกาหลี)	ชิ้นส่วนแม่พิมพ์	4.2	10.00	7	จ.ชลบุรี (เขต 2)
37. พีเอ็นไครส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับระบบคลังสินค้า (AUTOMATIC MACHINE & EQUIPMENT FOR INVENTORY SYSTEM)	4.2	6.00	39	จ.ประจวบคีรีขันธ์ (เขต 3)
38. กราเวีย อาร์ต เซ็นเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ลูกกลิ้งสำหรับพิมพ์หรืออัดลาย	4.2	62.00*	85	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
39. โตว่องไว จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	รถตอกเสาเข็ม	4.2	7.90	14	จ.สุพรรณบุรี (เขต 2)
รวม			4,370.04	3,470	**เขต 1 = 5** **เขต 2 = 25** **เขต 3 = 9** **ไม่ระบุที่ตั้ง = -**
หมวด 5 อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า					
1. พลัสพลัสเอ จำกัด (ร่วมทุนไทย-พม่า)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.40	14	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
2. MR.MADS DANESOE (หุ้นเดนมาร์กทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.50	10	จ.เชียงใหม่ (เขต 3)
3. โก คีรี จำกัด (หุ้นเกาหลีใต้ทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	4.91	68	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
4. เซ็นต์-เอ็นจิเนียริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนญี่ปุ่น-อังกฤษ)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับ HARD DISK DRIVE	5.5	27.00	30	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
5. เอ็นอีซี อินฟรอนเทียไทย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	SENSOR	5.3	7.90	24	จ.ปทุมธานี (เขต 1)
6. ฟูจิคูระ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	FIEXIBLE PRINTED CIRCUIT (FPC)	5.5	2,724.90**	657	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
7. พีเอสแอล อินเตอร์คูล จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	FIN COIL และชิ้นส่วนของ FIN COIL	5.3	170.00*	181	จ.ชลบุรี (เขต 2)
8. เพลนเน็ท จี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.50	15	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
9. บลู วิซาร์ด สตูดิโอ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.50	30	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
10. MR.AKRAM MAXIMILIAN TRAMBOO	ซอฟต์แวร์	5.8	4.70	26	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
11. เอ็ม เอ็ม ซี อีเล็คโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	THERMISTOR	5.5	45.90*	35	จ.สมุทรปราการ (เขต 1)
12. MR.MARCO CALABRESE (หุ้นอิตาลีทั้งสิ้น)	ENCODER	5.4	5.00	6	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
13. MR.NORIO ISHIUCHI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์	5.3 และ 5.5	45.00*	37	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
14. แฟมิลี่ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	มอเตอร์และพัดลม	5.3 และ 5.2	14.20	227	จ.สมุทรปราการ (เขต 1)
15. ฟลักซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ร่วมทุนเดนมาร์ก-มาเลเซีย)	MAGNETIC COMPONENTS	5.5	20.00	251	จ.สมุทรปราการ (เขต 1)
16. เอสวีไอ จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย-อังกฤษ-อินเดีย)	PRINTED CIRCUIT BOARD ASSEMBLY (PCBA) และ ELECTRONIC PRODUCTS	5.4 และ 5.5	1,000.00**	1,630	จ.ปทุมธานี (เขต 1)
17. MR.HUNG HA (หุ้นเวียดนามทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	9.70	14	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
18. นายเอกวุฒิ สุทธเลิศ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.50	18	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
19. MR.MICHAEL JOSEF WINTER (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.00	6	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
20. นายชอล พอล เวอร์เวนบอส (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-COMMERCE)	5.9	3.00	6	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
21. นายณัฐธีร์ โกศลพิศิษฐ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	5.25	15	จ.นนทบุรี (เขต 1)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
22. มูราตะ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ULTRASONIC SENSOR	5.5	43.10*	51	จ.ลำพูน (เขต 3)
รวม			4,140.96	3,351	**เขต 1 = 15** **เขต 2 = 5** **เขต 3 = 2** **ไม่ระบุที่ตั้ง = -**
หมวด 6 เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก					
1. MR.HIDETOSHI HOTTA (ร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนยางสังเคราะห์ต่างๆ	6.12	67.00*	17	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
2. เอ็กซ์วาย พี บี (เอเชีย) จำกัด (ร่วมทุนไทย-ไต้หวัน)	ฉลากสินค้าพิมพ์ (PRINTED LABEL)	6.16	149.60*	20	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
3. จุลพัฒน์พลาสติก จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ	6.12	6.00	42	จ.ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
4. นางาโน่ พรีซิชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติก	6.12	60.00*	32	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
5. ออรัส สเปเชียลลิตี้ จำกัด (หุ้นมอริเชียสทั้งสิ้น)	FURFURAL/FURFURYL ALCOHOL	6.2	195.00*	127	จ.สระบุรี (เขต 2)
6. โคะคุชิน (ไทยแลนด์) จำกัด (ร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น)	สิ่งพิมพ์ต่างๆ	6.16	7.50	10	จ.สมุทรปราการ (เขต 1)
7. ทรอยสยาม จำกัด (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิ้น)	สารเติมแต่งสำหรับการเคลือบผิว	6.2	336.00*	42	จ.ปราจีนบุรี (เขต 3)
8. บางกอก อินดัสเทรียลแก๊ส จำกัด (ร่วมทุนไทย-สหรัฐฯ)	ก๊าซออกซิเจน	6.1	117.20*	2	จ.สระบุรี (เขต 2)
9. นายศิริศักดิ์ ศรีวิไลลักษณ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แคลเซียมออกไซด์และแคลเซียมไฮดรอกไซด์	6.2	337.00*	39	จ.เลย (เขต 3)
10. นายศิริชัย ศรีมหัทธชัย (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ถ้วยกระดาษ	6.12	2.00	6	จ.เชียงใหม่ (เขต 3)
11. นากาชิมา รับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยางสังเคราะห์สำหรับยานพาหนะและงานอุตสาหกรรมต่างๆ	6.12	77.00*	875	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
12. เดอะ เพ็ท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ขวดพลาสติก (PET) และแผ่นพลาสติกลูกฟูก	6.12	11.70	126	จ.ปทุมธานี (เขต 1)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
13. ฟินิคซ พัลพ แอนด์เพเพอร์ จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เยื่อกระดาษ	6.13	649.40**	878	จ.ขอนแก่น (เขต 3)
14. นวพลาสติก อุตสาหกรรม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์พลาสติกและชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ	6.12	256.80*	13	จ.ระยอง (เขต 2)
15. ศรีไทยซุปเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย-สหรัฐฯ-สวิตเซอร์แลนด์)	ผลิตภัณฑ์เมลามีน	6.12	170.00*	512	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
16. บางกอก อินดัสเทรียลแก๊ส จำกัด (ร่วมทุนไทย-สหรัฐฯ)	ก๊าซออกซิเจนและก๊าซไนโตรเจน	6.1	171.10*	2	จ.ระยอง (เขต 2)
17. พรีซิชั่น พลาสติก จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ฝาขวดพลาสติก	6.12	200.00*	25	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
18. นิตโต้ มาเทค (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์เคลือบกาวพอลิเมอร์	6.12	32.10	10	จ.ชลบุรี (เขต 2)
19. ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	กลั่นน้ำมันดิบ	6.10	4,234.30**	127	จ.ชลบุรี (เขต 2)
20. ไอ.เอ็น. พรีซิชั่น จำกัด (ร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนพลาสติก	6.12	3.70	78	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
21. สยามคราฟท์ อุตสาหกรรม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	กระดาษคราฟท์	6.14	45.50*	573	จ.ราชบุรี (เขต 2)
22. ไทยคอนเทนเนอร์สระบุรี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์จากกระดาษลูกฟูก	6.15	84.60*	8	จ.สระบุรี (เขต 2)
23. โพลีมาเทค (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกและชิ้นส่วนยางสังเคราะห์สำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ	6.12	90.00*	97	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
24. ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย-สหรัฐฯ-สิงคโปร์)	ตัวเร่งปฏิกิริยา	6.2	74.00*	9	จ.ระยอง (เขต 2)
25. ขอนแก่นเพชรแพค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ขวดพลาสติก (PET)	6.12	11.00	37	จ.ขอนแก่น (เขต 3)
รวม			7,388.50	3,707	เขต 1 = 2 เขต 2 = 17 เขต 3 = 6 ไม่ระบุที่ตั้ง = -

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
หมวด 7 กิจการบริการและสาธารณูปโภค					
1. บางกอก ไซโตเจเนติกซ์ เซ็นเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการทดสอบทางวิทยาศาสตร์	7.21	14.00	10	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
2. พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลาง	7.5	70.70*	-	จ.ปทุมธานี (เขต 1)
3. พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลาง	7.5	118.10*	-	จ.ปทุมธานี (เขต 1)
4. ซี.แอนด์ พี. จำกัด (ร่วมทุนไทย-สิงคโปร์-ญี่ปุ่น)	ขนส่งทางเรือ	7.9	180.00*	20	ไม่ระบุที่ตั้ง
5. ยูนิไวส์ ออฟชอร์ จำกัด (ร่วมทุนไทย-สิงคโปร์)	ขนส่งทางเรือ	7.9	139.92*	7	ไม่ระบุที่ตั้ง
6. นนทลิน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ขนถ่ายสินค้าสำหรับเรือเดินทะเล	7.1	430.00*	30	ไม่ระบุที่ตั้ง
7. จีเดค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ผลิตไฟฟ้าจากขยะและกิจการกำจัดขยะโดยการเผา	7.1	660.98**	46	จ.สงขลา (เขต 3)
8. ไซเบอรสโค โซโลโต้ จำกัด (หุ้นรัสเซียทั้งสิ้น)	สวนสนุก	7.3	900.00**	124	จ.ชลบุรี (เขต 2)
9. เดอะ คอนฟิเด้นซ์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลาง	7.5	52.50*	42	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
10. เดอะ คอนฟิเด้นซ์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลาง	7.5	92.80*	42	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
11. เดอะ คอนฟิเด้นซ์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลาง	7.5	102.20*	42	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
12. ดีพซี เอ็นจิเนียริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนมาเลเซีย-บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	4.97	28	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
13. อิมเพรสเทคโนโลยี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานลม	7.1	75.00*	12	จ.สมุทรสาคร (เขต 1)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
14. ดับบลิว เอ็ม เอส ดีโป จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	การบำบัดของเสียที่มีการปนเปื้อนของสารปรอท	7.26	80.00*	7	จ.สงขลา (เขต 3)
15. รีเจ้นท์ กรีน เพาเวอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลาง	7.5	204.00*	-	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
16. รีเจ้นท์ กรีน เพาเวอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลาง	7.5	196.00*	-	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
17. สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น-อินเดีย-Maritian)	เขตอุตสาหกรรม	7.8	560.00**	17	จ.ระยอง (เขต 2)
18. อัลไลแอนซ์ คลีนเพาเวอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงชีวมวล	7.1	490.00*	40	จ.หนองคาย (เขต 3)
19. เคียวซะ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นฮ่องกงทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	2	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
20. พุทธชาด เอสเตท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลาง	7.5	124.80*	-	จ.ปทุมธานี (เขต 1)
21. พุทธชาด เอสเตท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลาง	7.5	90.80*	-	จ.สมุทรปราการ (เขต 1)
22. Mr.Roland Vogel (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	5.00	5	กรุงเทพมหานคร (เขต 1)
23. เอนท์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	15	จ.พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
24. นวคุณ ทรานสปอร์ต จำกัด (ร่วมทุนไทย-อินเดีย)	ขนส่งทางเรือ	7.9	38.00	14	ไม่ระบุที่ตั้ง
25. นครราชสีมา โซล่าร์ จำกัด (ร่วมทุนไทย-บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	7.1	733.90**	8	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
26. กันกุล พาวเวอร์เจน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	7.1	500.00**	12	จ.เพชรบูรณ์ (เขต 3)
27. รูทซัน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	7.1	360.00*	12	จ.นครราชสีมา (เขต 3)
28. นายไชยเจริญ อติแพทย์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตเม็ดพลาสติก	7.20	206.50*	5	จ.ระยอง (เขต 2)

บริษัท / การร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
29. MR.YASUHARU NAKAMURA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	10.00	5	จ.ปราจีนบุรี (เขต 3)
30. MR.OLIVIER QUESNEAU (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เดินเรือท่องเที่ยวหรือให้เช่าเรือท่องเที่ยว	7.3.2	5.60	4	ไม่ระบุที่ตั้ง
31. อีสเทิร์น กรีน ฟิลด์ส จำกัด (ร่วมทุนไทย-อิสราเอล)	การปรับปรุงและขยายพันธุ์ไม้หายากโดยใช้เทคโนโลยีชีวภาพ	7.19	8.00	10	จ.ปทุมธานี (เขต 1)
32. ฟีชเชอร์แมนฮาร์เบอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	โรงแรม	7.4	1,684.00**	109	จ.ภูเก็ต (เขต 2)
33. อาโอบะเทคนอส (ไทยแลนด์) จำกัด (ร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น)	บำบัดน้ำเสีย กำจัดหรือขนถ่ายขยะอุตสาหกรรมหรือสารเคมีที่เป็นพิษ	7.26	25.00	68	จ.ระยอง (เขต 2)
รวม			8,182.77	736	เขต 1 = 15 เขต 2 = 6 เขต 3 = 7 ไม่ระบุที่ตั้ง = 5
รวม 7 หมวดอุตสาหกรรม			27,964.41	17,809	เขต 1 = 42 เขต 2 = 62 เขต 3 = 48 ไม่ระบุที่ตั้ง = 5

หมายเหตุ เขต 1 ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร
เขต 2 ได้แก่ กาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครนายก พระนครศรีอยุธยา ราชบุรี สระบุรี สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี อ่างทอง ระยอง และภูเก็ต
เขต 3 ได้แก่ 58 จังหวัดที่เหลือ

**** หมายถึง** โครงการขนาดใหญ่ คือ โครงการที่มีเงินลงทุน ตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดิน และทุนหมุนเวียน)
รวมทั้งสิ้น 14 ราย เงินลงทุน 15,855.78 ล้านบาท จ้างงานไทย 4,853 คน
ตั้งในเขต 1 = 1 โครงการ เขต 2 = 8 โครงการ เขต 3 = 5 โครงการ ไม่ระบุที่ตั้ง = - โครงการ

*** หมายถึง** โครงการขนาดกลาง คือ โครงการที่มีเงินลงทุนระหว่าง 40-500 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดิน และทุนหมุนเวียน)
รวมทั้งสิ้น 80 ราย เงินลงทุน 11,214.97 ล้านบาท จ้างงานไทย 9,374 คน
ตั้งในเขต 1 = 15 โครงการ เขต 2 = 39 โครงการ เขต 3 = 23 โครงการ ไม่ระบุที่ตั้ง = 3 โครงการ

ที่เหลือนอกนั้นเป็นโครงการขนาดเล็ก คือ โครงการที่มีเงินลงทุนไม่เกิน 40 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดิน และทุนหมุนเวียน)
รวมทั้งสิ้น 63 ราย เงินลงทุน 893.66 ล้านบาท จ้างงานไทย 3,582 คน
ตั้งในเขต 1 = 26 โครงการ เขต 2 = 15 โครงการ เขต 3 = 20 โครงการ ไม่ระบุที่ตั้ง = 2 โครงการ

ptt Lubricants

รายแรกของไทย!
ที่ได้มาตรฐานสูงสุดของโลก
API SN

ประหยัดเชื้อเพลิงสูงสุด
ILSAC GF-5

ปกป้องสูงสุด
ตลอดอายุการใช้งาน
SAE 0W-30

สู่สุดยอดสมรรถนะ ด้วย PTT Performa Super Synthetic API SN น้ำมันหล่อลื่นสังเคราะห์แท้ 100% ที่สุดแห่งเทคโนโลยีอนาคต Di-Syn Protect เหนือกว่ามาตรฐานสูงสุดของโลก API SN / ILSAC GF-5 / SAE 0W-30 ช่วยปกป้องเครื่องยนต์ได้เหนือกว่าในทุกสภาพการใช้งาน ออกตัวแรง...เร่งแซงดีเยี่ยม และประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นเยี่ยม รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการชะล้างและป้องกันคราบสกปรกได้ดี เหมาะสำหรับยานยนต์เครื่องเบนซินทุกชนิด และรองรับการใช้งานกับรถยนต์ในอนาคต

PTT Performa Super Synthetic API SN ที่สุดแห่งนวัตกรรมน้ำมันหล่อลื่นของโลก จาก ปตท.

PTT Lubricants The Leader of Innovation

THAILAND BOARD OF INVESTMENT
Your partner for sustainable investment
www.boi.go.th

Think Asia, Invest Thailand
GEARED FOR THE FUTURE

คิดถึงการลงทุน คิดถึง บีโอไอ

หากท่านคิดจะลงทุน ไม่ว่าอยู่ที่ไหน เป็นกิจการประเภทใด ขนาดการลงทุนเล็กหรือใหญ่ *สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือบีโอไอ* พร้อมมอบสิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากร และอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ท่าน พร้อมคำปรึกษาแนะนำ และข้อมูลด้านเศรษฐกิจการลงทุน

หน่วยงานบริการอื่นๆ

ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน
โทร. 0 2209 1100 โทรสาร 0 2209 1199
อีเมล : osos@boi.go.th เว็บไซต์ : osos.boi.go.th

และ **ศูนย์บริการวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน**
โทร. 0 2209 1100 โทรสาร 0 2209 1194
อีเมล : visawork@boi.go.th เว็บไซต์ : www.boi.go.th
อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 18 ถ.พญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

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

สำนักงานในส่วนภูมิภาค

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 1 (เชียงใหม่)
ห้อง 108-110 อาคารแอร์พอร์ต บิซิเนส ปาร์ค เลขที่ 90 ถ.มหิดล ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100
โทร. 0 5320 3397-400 โทรสาร 0 5320 3404 อีเมล : chmai@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 2 (นครราชสีมา)
2112/22 ถ.มิตรภาพ อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000 โทร. 0 4421 3184-6 โทรสาร 0 4421 3182
อีเมล : korat@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 3 (ขอนแก่น)
177/54 หมู่ 17 ถ.มิตรภาพ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000 โทร. 0 4327 1300-2 โทรสาร 0 4327 1303
อีเมล : khonkaen@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4 (ชลบุรี)
46 หมู่ 5 นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ถ.สุขุมวิท ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230
โทร. 0 3840 4900 โทรสาร 0 3840 4997-9 อีเมล : chonburi@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 5 (สงขลา)
7-15 อาคารไชยยงค์ ถ.จุติอุทิศ 1 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 0 7434 7161-5
โทรสาร 0 7434 7160 อีเมล : songkhla@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 6 (สุราษฎร์ธานี)
49/21-22 ถ.ศรีวิชัย ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 โทร. 0 7728 4637, 0 7728 4435
โทรสาร 0 7728 4638 อีเมล : surat@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 7 (พิษณุโลก)
59/15 อาคารไทยศิวารัตน์ ชั้น 3 ถ.บรมไตรโลกนารถ 2 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
โทร. 0 5524 8111 โทรสาร 0 5524 8777 อีเมล : phitsanulok@boi.go.th

สำนักงานในต่างประเทศ

- **BEIJING** : Thailand Board of Investment, Beijing Office Royal Thai Embassy, No.40 Guang Hua Road, Beijing, 100600, P.R.C. Tel: +86 10 6532 4510 Fax: +86 10 6532 1620 E-mail: beijing@boi.go.th
- **FRANKFURT** : Thailand Board of Investment, Frankfurt Office Royal Thai Embassy, Bethmannstr 58, 5.OG 60311 Frankfurt am Main Federal Republic of Germany Tel: +49 (0) 69 9291 230 Fax: +49 (0) 69 9291 2320 E-mail: fra@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 Road, Guangzhou, 510064, P.R.C. Tel: +86 20 8333 8999 Ext. 1216-18, +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
- **NEW YORK** : Thailand Board of Investment, New York Office 61 Broadway, Suite 2810, New York, N.Y. 10006, U.S.A. Tel: +1 (0) 212 422 9009 Fax: +1 (0) 212 422 9119 E-mail: nyc@boi.go.th
- **OSAKA** : Thailand Board of Investment, Osaka Office Royal Thai Consulate-General, Bangkok Bank Building 5th 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 Thailande 8, Rue Greuze, 75116, Paris, France Tel: +33 (0) 1 5690 2600-1 Fax: +33 (0) 1 5690 2602 E-mail: par@boi.go.th
- **SEOUL** : Thailand Board of Investment, Seoul Office #1804, 18th Floor, Coryo Daeyungak Tower, 25-5, Chungmuro 1- ga, Jung-gu, Seoul, 100-706, Korea Tel: (822) 319 9998 Fax: (822) 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 Road, Shanghai, 200041, P.R.C. Tel: +86 21 6288 9728-9 Fax: +86 21 6288 9730 E-mail: shanghai@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
- **STOCKHOLM** : Thailand Board of Investment, Stockholm Office Stureplan 4C 4th Floor, 114 35 Stockholm, Sweden Tel: +46 (0) 8 463 11 58, +46 (0) 8 463 11 72, +46 (0) 8 463 11 74-5 Fax: +46 (0) 8 463 11 60 E-mail: stockholm@boi.go.th
- **TAIPEI** : Thailand Board of Investment, Taipei Office Taipei World Trade Center, 3rd Floor, Room 3E 39-40 No.5, Xin - Yi Road, Sec.5, Taipei 110, Taiwan, R.O.C. Tel: +886 2 2345 9223 Fax: +886 2 2345 6663 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 ถ.วิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ : 0 2553 8111 โทรสาร : 0 2553 8222
อีเมล : head@boi.go.th เว็บไซต์ : www.boi.go.th