



สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ว าร ส าร

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3 มีนาคม 2558 ♦ www.boi.go.th

ส่งเสริมการลงทุน

I N V E S T M E N T P R O M O T I O N J O U R N A L



ECO CAR รุ่น 2

ศูนย์ปฏิบัติการ กนอ. กับการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลสู่เครือข่ายนิคมอุตสาหกรรม

ต่อจากฉบับที่แล้ว นำเสนอเรื่อง "ศูนย์ปฏิบัติการ กนอ.กับการนำระบบเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย มาใช้ในการบริหารจัดการ" ที่เป็นหัวใจของศูนย์ปฏิบัติการ โดยมีการติดตั้งระบบ เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการทำงานอย่างรวดเร็ว ฉบับนี้ได้มาตรฐานสากล

สำหรับในฉบับนี้ ขอนำเสนอ การบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูล สู่เครือข่ายนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการด้านข้อมูลสารสนเทศจากการเฝ้าระวัง ตรวจสอบแบบ Real Time ผ่านระบบเครือข่าย On Line โดยจะมีการเชื่อมโยงข้อมูลจากนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ เข้าสู่ศูนย์ปฏิบัติการ กนอ. โดยผ่านศูนย์เฝ้าระวังคุณภาพสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย (EMC²) ที่เป็นศูนย์รวม (Hub) ซึ่งกระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ จำนวน 7 แห่ง ดังนี้

ภาคตะวันออก นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด และนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด (ระยอง) จังหวัดระยอง

ภาคเหนือ นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ภาคกลาง นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรุงเทพฯ และปริมณฑล นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

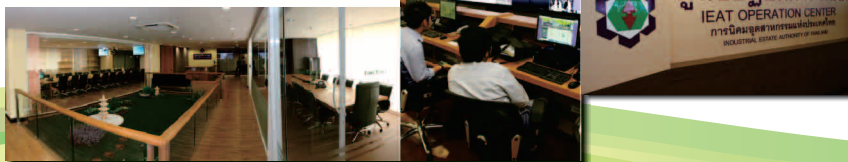
ภาคใต้ นิคมอุตสาหกรรมภาคใต้ จังหวัดสงขลา

ภาคตะวันตก นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ระยะแรกของการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการ กนอ. จะมีข้อมูลเชื่อมโยงมาจาก Hub ได้แก่ ระบบประชุมทางไกลผ่านระบบ VDO Conference และโทรศัพท์แบบไอพี (IP Phone) ระบบจัดการตรวจวัดคุณภาพอากาศในบรรยากาศ (AQMS) ระบบตรวจสอบคุณภาพอากาศจากปล่องแบบอัตโนมัติอย่างต่อเนื่อง (CEMS) ระบบตรวจวัดคุณภาพน้ำ (WQMS) ระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) และในอนาคตจะมีการพัฒนาและเชื่อมโยงข้อมูลที่ใช้ในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในส่วนต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ และดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันทั่วถึง และมีประสิทธิภาพสูงสุด และนับเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญของ กนอ. ในการบูรณาการระบบบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีอันทันสมัย มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่น พร้อมส่งมอบบริการที่เป็นเลิศให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน



E:mc²@IEAT



ศูนย์ปฏิบัติการ กนอ. เปิดดำเนินการตลอด ๒๔ ชั่วโมง
โทร ๐๒-๒๕๓-๐๕๖๑ ต่อ ๘๐๐๐ หรือ ๐๒-๒๕๓-๐๘๗๖
โทรสาร ๐๒-๒๕๓-๐๘๗๗, ๐๒-๒๕๓-๐๘๗๘
e-mail : warroom1@ieat.mail.go.th



www.ieat.go.th



Hi-Tech Kabin Industrial Estate

The Only Industrial Estate

Incorporation

with

Industrial Estate Authority Of Thailand

In Prachinburi

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



Hi-Tech Kabin Logistics Corp., Ltd.

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

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

โรงงานสำเร็จรูป ขนาด 600 - 1,800 ตร.ม

小規模工場 建売/賃貸 600 - 1,800 Sqm.

ขาย/เช่า

ติดต่อสอบถาม

คุณเทพฤทธิ์ 02 254 - 4130 - 7

คุณกาญจนา 035 350 - 286



ส่วนหนึ่งของโครงการนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค



สมัครสมาชิกสมาคมสโมสรนักลงทุน รับสิทธิประโยชน์...**ที่คุ้มค่ากว่าใคร**

สิทธิในการรับข้อมูลข่าวสาร **ฟรี**

- วารสารส่งเสริมการลงทุนรายเดือน (12 ฉบับ/ปี) มูลค่า 840 บาท
- Thailand Investment Review (TIR) รายเดือน (12 ฉบับ/ปี)
- IC e-Newsletter รายเดือน (12 ครั้ง/ปี)
- ปฏิทินการฝึกอบรมและสัมมนา 2 เดือน (6 ฉบับ/ปี)

อัตราค่าสมัคร (รวม VAT)

ค่าแรกเข้า 5,350 บาท

ค่าบำรุงรายปี 2,140 บาท

รวมทั้งสิ้น 7,490 บาท

หมายเหตุ : สมาชิกภาพจะสิ้นสุดในวันที่ 31ธ.ค.58
การต่ออายุสมาชิกในปีถัดไปชำระเฉพาะค่าบำรุงรายปี

สิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรม อาทิ

- เข้าฟังสัมมนา IC Talk 7 ครั้ง มูลค่า 5,600 บาท **ฟรี**
- เข้าร่วมกิจกรรมสมาชิกพบปะผู้บริหาร BOI **ฟรี**
- เข้าร่วมกิจกรรมเยี่ยมชมบริษัทที่ประสบความสำเร็จ ในราคาพิเศษสำหรับสมาชิก เท่านั้น

ส่วนลดพิเศษ อาทิ

- ส่วนลด 10-40% ในการสมัครหลักสูตร ฝึกอบรมและสัมมนาทั้ง Public Training และ In-House Training
- ส่วนลดพิเศษ เมื่อซื้อหนังสือของสมาคม

Promotion

สมัครสมาชิก **ฟรี** หนังสือ BOI Promoted Companies Directory 2014-2015 พร้อม CD มูลค่า 800 บาท

โปรโมชั่นนี้เฉพาะการสมัครสมาชิก ระหว่างวันที่ 1-31 มีนาคม 2558 นี้ เท่านั้น



สมาคมสโมสรนักลงทุน
Investor Club Association

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม **แพคเกจค่าสมัครและสื่อสารองค์กร**

☎ 0 2936 1429 ต่อ 201-203 (คุณณณนีย์, คุณสตีตาวลัย, คุณเบญจวรรณ)

📠 0 2936 1441-2, e-mail: cus_service@ic.or.th

หรือ www.ic.or.th **คลิก สมัครสมาชิกออนไลน์**

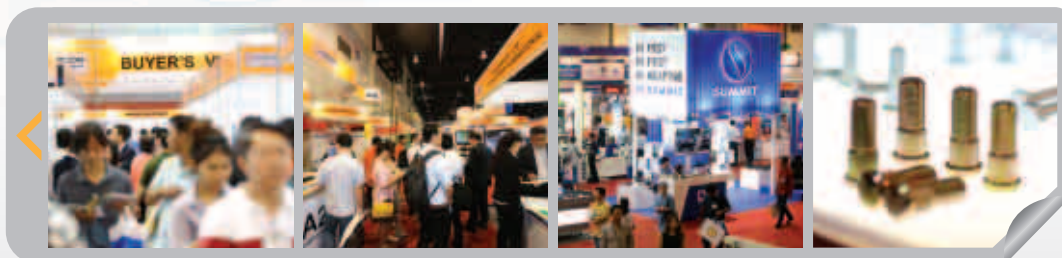


ซับคอน ไทยแลนด์

งานแสดงอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิต
เพื่อการจัดซื้อชิ้นส่วนที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน

พร - เสาร์
13-16 พฤษภาคม 2558

ไบเทค บางนา กรุงเทพฯ



ร่วมจัดโดย



สนับสนุนโดย



จัดร่วมกับ



www.subconthailand.com

ข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อ

บริษัท ยูบีเอ็ม เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด โทรศัพท์: +66(0)2 642 6911 ต่อ 418 โทรสาร: +66(0)2 642 6919-20 อีเมล: Pacharapan.p@ubm.com

กองบรรณาธิการ

วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 26 ฉบับที่ 3 มีนาคม 2558

เจ้าของ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

คณะที่ปรึกษา

นางทริฏญา	สุจินัย	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน รักษาการแทนเลขาธิการฯ
นางสาวอังคนรินทร์	พัฒนพันธ์ชัย	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน และที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ
นางสาวดวงใจ	อัศวินดิจิตร์	รองเลขาธิการฯ
นายโชคดี	แก้วแสง	รองเลขาธิการฯ

กองบรรณาธิการ

นางสาวชุติมา	พุ่มศรีสวัสดิ์	บรรณาธิการบริหาร
นางสาวช่อแก้ว	ประสงค์สม	หัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางสาวสุนันดา	อักษะกิจ	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางสาวจิรวรรณ	การุณจิตร	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ

คณะทำงานวารสารส่งเสริมการลงทุน

นายยุทธศักดิ์	คนาสวัสดิ์
นางสาวกาญจนา	นพพันธ์
นางสาวพรณี	เชิงสุทธา
นายสุทธิเกตุ	ทัตพิทักษ์กุล
นางสุภาดา	เครือเนตร
นางสาวปิยะวรรณ	ชัยนมาก
นางสาวสุนิศา	ศิริทรัพย์
นายธรรมรัตน์	รัตนพันธ์
นางสาววรรณนิภา	พิภพไชยสิทธิ์
นางอุทัยวรรณ	วัฒนสุกุล
นางสาวยอดกมล	สุธีรพจน์
นางสาวนันทนา	กฤษณจินดา
นางสาวสุวิดา	ธัญวรั
นายสถาปนา	พรหมบุญ
นางสาววันทนา	ทาตาล
นางสาวรัชนิกร	ไพฑูริยา
นางสาวศัลยา	อักษรเมต
นายศิริพันธ์	ยงวัฒนานันท์

กองบรรณาธิการ วารสารส่งเสริมการลงทุน

ศูนย์บริการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

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

ออกแบบและพิมพ์ที่

บริษัท เกรย์ แมทเทอร์ จำกัด

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



กระแสรถยนต์ ECO CAR ที่ได้รับการตอบรับร้อนแรงเกินความคาดหมาย ส่งผลให้ปีโอเปิดให้ส่งเสริมการลงทุนในโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2 ขึ้นตามมา และค่ายรถยนต์ทั้งรายเก่าและรายใหม่ต่างก็ขานรับเป็นอย่างดี อันเป็นสิ่งที่ตอกย้ำว่าประเทศไทยดำเนินนโยบายมาถูกทางแล้ว

โครงการ ECO CAR ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนส่งป้อนค่ายรถยนต์หลายค่ายของประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งไทยยังเป็นฐานการผลิตรถยนต์บางรุ่นให้กับค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นอีกด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่ภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งของวงการอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ไทยก้าวขึ้นเป็นฐานการผลิตให้กับประเทศที่มีมาตรฐานสูงอีกหนึ่งวงการอุตสาหกรรม

ในอนาคตอันใกล้นี้ เราจะได้เห็นรถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 2 ซึ่งมีมาตรฐานที่สูงขึ้นกว่ารุ่นที่ 1 ทั้งในด้านความปลอดภัย การประหยัดน้ำมัน และสมรรถนะ ในราคาที่เอื้อมถึง และสิ่งที่หวังไว้สูงสุดคือสักวันหนึ่งอาจได้เห็นประเทศไทยมีรถยนต์ของเราเอง

วารสารส่งเสริมการลงทุน

INVESTMENT PROMOTION JOURNAL

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3 มีนาคม 2558



สารบัญ CONTENTS

ECO CAR รุ่น 2

- 6 ภาพรวมนโยบาย
ECO CAR รุ่นที่ 2
- 12 ECO CAR...
ในทัศนะค่ายรถยนต์
- 18 ซับคอน ไทยแลนด์ 2015
ที่สุดของเวทีซื้อขาย
ชิ้นส่วนอุตสาหกรรม
สนับสนุนไทย - อาเซียน

รอบโลก

- 21 เกาหลี...สมดุลแห่ง
อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ
- 27 การปลูกคีนซัพ Maritime
Silk Road ของผู้นำจีน
- 35 อุปสงค์สินค้าอัญมณี
และเครื่องประดับในญี่ปุ่น
ขยายตัว ท่ามกลาง
เศรษฐกิจชะลอตัว
- 41 3 เหตุผลของ
ธนาคารโลกที่นักธุรกิจ
ควรไปลงทุนในนิวซีแลนด์



- 44 น้ำผึ้งมาบุด้า...ของฝาก
ขึ้นดีจากนิวซีแลนด์

นานาชาติ

- 46 จักรยาน ปรากฏการณ์
“ร้อนแรง” แห่งปี
- 53 e - Government for All
ชีวิตยุคใหม่บริการภาครัฐ
สู่ประชาชน ด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์



คุณสุรรัตน์ ศิริสุวรรณางกูร

คุณเพียงใจ แก้วสุวรรณ

คุณธีร์ เพิ่มพงศ์พันธ์

12

ECO CAR...ในทัศนะค่ายรถยนต์



18

กฎและระเบียบความรู้

58 Q&A

ภาวะส่งเสริมการลงทุน

59 โครงการอนุมัติ
ให้การส่งเสริมการลงทุน



46



ภาพรวมนโยบาย ECO CAR รุ่นที่ 2



ในปี 2550 ปีโอเอมินโยบายให้การส่งเสริม
ผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล
(ECO CAR) เป็นครั้งแรก โดยมีจุดประสงค์เพื่อ
ให้เกิดการสร้างฐานการผลิตรถยนต์ประเภทใหม่
ในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความสามารถ
ในการแข่งขันในตลาดส่งออกให้กับอุตสาหกรรม
ยานยนต์ไทยอย่างยั่งยืน และเพื่อส่งเสริมให้
ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์
หลายประเภทและครบวงจรมากยิ่งขึ้น

ผลจากนโยบายการส่งเสริมผลิตรถยนต์ประหยัด
พลังงานมาตรฐานสากล (ECO CAR) ครั้งแรก ในปี
2550 ก่อให้เกิดการผลิตรถยนต์แบรนด์ญี่ปุ่นในไทย
และสามารถส่งไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น เช่น
Nissan (March, Almera/Latio) และ Mitsubishi
(Mirage) เป็นครั้งแรก ทำให้ไทยเป็นฐานการผลิต
รถยนต์บางรุ่นเพื่อรองรับตลาดประเทศญี่ปุ่นอย่างสมบูรณ์
ซึ่งเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจยานยนต์ที่ไม่เคยเกิดขึ้น

มาก่อนในประวัติศาสตร์อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของ
ประเทศไทย ส่งผลให้ประเทศไทยได้ก้าวขึ้นสู่การเป็น
ฐานการผลิตรถยนต์นั่งที่มีมาตรฐานระดับโลกอย่าง
แท้จริง

นอกจากนี้ การกำหนดคุณสมบัติของรถยนต์
ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล ยังส่งผลให้ผู้บริโภค
สามารถเข้าถึงรถยนต์ที่คุณภาพสูงขึ้นกว่าที่เคยมีมา ทั้ง
ในด้านการประหยัดพลังงานที่โดดเด่น ด้านการปล่อย
มลพิษที่น้อยลง และด้านความปลอดภัย โดยเป็น
รถยนต์ที่จำหน่ายในประเทศไทยเพียงประเภทเดียวที่
ภาครัฐกำหนดให้ต้องผ่านการทดสอบการป้องกัน
ผู้โดยสารในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุจากการชน (Crash Test)





และยังสามารถเป็นเจ้าของได้ในราคาที่ต่ำกว่ารถยนต์ทุกประเภทที่มีจำหน่ายในประเทศ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ได้กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในด้านคุณสมบัติ คุณภาพ และราคาของรถยนต์ประเภทอื่นที่จำหน่ายในประเทศต่อเนื่องไปอีกด้วย

“เป้าหมายหลัก 3 ประการของ ECO CAR รุ่น 2 คือ

- (1) ก่อให้เกิดการลงทุนคลัสเตอร์ยานยนต์**
- (2) ช่วยให้ประชาชนเข้าถึงรถยนต์ที่มีมาตรฐานสูง แต่มีราคาเหมาะสม**
- (3) ช่วยรองรับการขยายตัวของสังคมเมือง”**

จากความสำเร็จดังกล่าว ประกอบกับทิศทางของอุตสาหกรรมยานยนต์โลก ที่ยังคงมุ่งพัฒนาไปสู่ **“Sustainable Mobility”** เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้รถยนต์ที่มีความ “สะอาด ประหยัด ปลอดภัย” มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในตลาดส่งออกและตลาดในประเทศ และเพื่อเป็นการสร้างโอกาสและขยายฐานการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล บีโอไอจึงเปิดให้การส่งเสริมกิจการผลิตรถยนต์

ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล รุ่นที่ 2 อีกครั้งในวันที่ 28 สิงหาคม 2556 ซึ่งมีเป้าหมายหลัก 3 ประการ คือ

1. ก่อให้เกิดการลงทุนคลัสเตอร์ยานยนต์ขนาดใหญ่
เกิดการต่อยอดช่วยให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตและส่งออกรถยนต์อย่างยั่งยืน

2. ช่วยให้ประชาชนเข้าถึงรถยนต์ที่มีมาตรฐานสูง
ทั้งด้านความปลอดภัยและการประหยัดพลังงาน และมีราคาเหมาะสมไม่สูงเกินไป

3. มีส่วนช่วยรองรับการขยายตัวของสังคมเมือง
และช่วยลดผลกระทบจากการใช้รถยนต์ ทั้งการลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และช่วยลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุ

จากการประกาศนโยบายดังกล่าว มีผู้แสดงความสนใจยื่นขอรับการส่งเสริมทั้งหมด 10 ราย ซึ่งนับเป็นเครื่องยืนยันถึงความเชื่อมั่นของนักลงทุนที่มีต่อประเทศไทยเป็นอย่างดี โดยในผู้ผลิต 10 รายนี้ ประกอบด้วยรายเดิม 5 ราย ได้แก่ นิสสัน ฮอนด้า มิตซูบิชิ ซูซูกิ และโตโยต้า และรายใหม่อีก 5 ราย ได้แก่ มาสด้า ฟอर्ड เจเนรัล มอเตอร์ เอสเอไอซี มอเตอร์ - ซีพี หรือ SAIC (ผู้ผลิตรถยนต์ยี่ห้อ MG) และโฟล์คสวาเก้น รวมกำลังการผลิตประมาณ 1.5 ล้านคัน

ในจำนวนดังกล่าว **“โฟล์คสวาเก้น”** เป็นผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยมีการลงทุนผลิตรถยนต์ในประเทศไทยมาก่อน และแผนการลงทุนตามโครงการนี้ถือเป็นการลงทุนผลิตรถยนต์แบบเต็มรูปแบบครั้งแรกในอาเซียนของโฟล์คสวาเก้น นโยบายจึงไม่เพียงแต่เป็นการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ขนาดเล็กที่มีมาตรฐานระดับสากลเท่านั้น แต่ยังเป็นการชักจูงให้เกิดการลงทุนจากผู้ประกอบการรถยนต์รายใหม่อีกด้วย

ทั้งนี้ การกำหนดคุณสมบัติของรถยนต์ด้านการประหยัดพลังงานเชื้อเพลิง ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย สำหรับ ECO CAR รุ่นที่ 2 ยังมีความเข้มข้นกว่าเดิมเมื่อเปรียบเทียบกับโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 1 ทั้งในด้านการประหยัดพลังงานที่เหนือกว่า ด้าน

การปล่อยมลพิษที่น้อยลงโดยมาตรฐานมลพิษระดับยูโร 5 และด้านความปลอดภัยระดับสากลที่สูงกว่า ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยในระดับเดียวกับที่บังคับใช้ในสหภาพยุโรป อันเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานทางเทคนิคของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยด้วยการร่วมมือ

กับผู้ผลิตชิ้นส่วนต่างๆ ภายในประเทศ และมีส่วนสำคัญในการสร้างความเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยรายละเอียดเปรียบเทียบคุณสมบัติรถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 1 และ 2 มีรายละเอียดดังนี้

คุณสมบัติของรถยนต์

หัวข้อ	ECO CAR 1	ECO CAR 2
ด้านการประหยัดพลังงานเชื้อเพลิง	5.0 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร	4.3 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร
ด้านสิ่งแวดล้อม	ต้องเป็นไปตามมาตรฐานมลพิษระดับ Euro 4	ต้องเป็นไปตามมาตรฐานมลพิษระดับ Euro 5
ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO ₂) ที่ปล่อยออกจากท่อไอเสีย	ไม่เกิน 120 กรัมต่อ 1 กิโลเมตร	ไม่เกิน 100 กรัมต่อ 1 กิโลเมตร
ด้านความปลอดภัย Passive Safety	มีคุณสมบัติในการป้องกันผู้โดยสารกรณีที่เกิดอุบัติเหตุจากการชนด้านหน้า และการชนด้านข้างของตัวรถ	
ด้านความปลอดภัยเชิงป้องกัน (Active Safety)	ไม่มีข้อกำหนด	มีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยเชิงป้องกัน โดยอย่างน้อยจะต้องมีระบบห้ามล้อแบบป้องกันการล็อก (ABS) ที่มีการติดตั้งระบบควบคุมเสถียรภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESC)

“ปัจจุบันมีโอไอออนุมัติโครงการผลิต ECO CAR รุ่นที่ 2 ครบทั้ง 10 รายแล้ว โดยในจำนวนดังกล่าวมีผู้ประกอบการถึง 4 ราย ที่มีแผนลงทุนสร้างโรงงานผลิตเครื่องยนต์ใหม่ด้วย”

ปัจจุบันมีโอไอออนุมัติโครงการผลิต ECO CAR รุ่นที่ 2 ครบทั้ง 10 รายแล้ว โดยในจำนวนดังกล่าวมี

ผู้ประกอบการถึง 4 ราย ที่มีแผนลงทุนสร้างโรงงานผลิตเครื่องยนต์ใหม่ด้วยเงินลงทุนรวมประมาณ



22,620.5 ล้านบาท โดยจะเป็นการนำเครื่องยนต์จากตระกูลเดิมมาพัฒนาคุณสมบัติของเครื่องยนต์ให้ได้ตามมาตรฐานที่โครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2 กำหนด ทั้งยังต้องคงความสามารถด้านสมรรถนะของเครื่องยนต์ และสุนทรียภาพในการขับขี่ จะเห็นจากค่ายมาสด้า ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายแรกที่มีการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 2 ในตลาดแล้ว โดยมีการใช้เทคโนโลยี SKYACTIVE ซึ่งใช้เครื่องยนต์ที่ใช้ระบบสันดาปภายในที่มีอัตราส่วนกำลังอัดต่ำ การเผาไหม้สมบูรณ์ช่วยให้ประหยัดน้ำมันมาก และปล่อยไอเสียน้อยลง เครื่องยนต์น้ำหนักเบาและทนทาน จึงถือได้ว่านโยบายนี้ช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตชิ้นส่วนสำคัญอย่างเครื่องยนต์ที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในประเทศไทยมากขึ้น



ความท้าทายของนโยบาย ECO CAR ของไทยในอาเซียน

เมื่อพิจารณานโยบายส่งเสริมการผลิตรถยนต์ของเพื่อนบ้านประเทศในกลุ่มอาเซียน จะเห็นว่าประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซียต่างมีการกำหนดนโยบายที่ต้องการเป็นผู้นำรถยนต์ที่ส่งเสริมการผลิตรถยนต์ที่มีประสิทธิภาพและประหยัดพลังงานเช่นเดียวกัน โดยมาเลเซียมีนโยบาย Energy Efficiency Vehicles (EEV) ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียมีนโยบาย Low Cost Green Car (LCGC)

ในฉบับนี้ จะขอเสนอเฉพาะนโยบาย LCGC ของประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประเทศที่อัตราการเติบโตการผลิตรถยนต์สูงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 และถือเป็นผู้ผลิตรายใหญ่เป็นอันดับสองของอาเซียนรองจากไทย โดยทั้งไทยและอินโดนีเซียถือว่ามีความท้าทายในการก้าวขึ้นมาเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ และขึ้นส่วนขนาดใหญ่ของภูมิภาคอาเซียน โดยมีจุดแข็งด้านขนาดตลาด จำนวนแรงงาน และอัตราค่าแรง

โดยนโยบาย LCGC นอกเหนือจากการกำหนดหลักเกณฑ์เรื่องมาตรฐานการประหยัดพลังงานแล้ว ยังมีการกำหนดราคาจำหน่ายรถยนต์ในประเทศอีกด้วย ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการบางรายที่ต้องการเข้าร่วมโครงการ ต่างจากกลไกของนโยบาย ECO CAR ของไทย ที่อาศัยการลดอัตราสรรพสามิตลงเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงรถยนต์ที่ได้มาตรฐานระดับโลกได้

**“อินโดนีเซียมีปริมาณการผลิตรถยนต์
เติบโตอย่างก้าวกระโดด
โดยในปี 2551 มียอดผลิต
ประมาณ 600,000 คัน
และใช้เวลาเพียง 5 ปี
ในการเพิ่มยอดการผลิตให้สูงขึ้น
เกือบเท่าตัวคือประมาณ 1.2 ล้านคัน
ในปี 2556”**

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาภาวะการผลิตโดยรวมของประเทศอินโดนีเซียซึ่งมีปริมาณการผลิตเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยในปี 2551 มียอดผลิตประมาณ 600,000 คัน และใช้เวลาเพียง 5 ปี ในการเพิ่มยอดการผลิตให้สูงขึ้นเกือบเท่าตัวคือประมาณ 1.2 ล้านคันในปี 2556 และเป็นการส่งออกเพียง 1.7 แสนคันหรือคิดเป็นร้อยละ 14

ในขณะที่ไทยผลิตรถยนต์เพื่อส่งออกประมาณ กึ่งหนึ่งหรือมากกว่าการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2550 โดยหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกนั้น เกิดจากนโยบายภาครัฐในการกำหนดมาตรฐานยูโรในระดับก้าวหน้ากว่าหลายประเทศในกลุ่มอาเซียน และค่อนข้างใกล้เคียงกับตลาดโลกอย่างเช่นยุโรปและสหรัฐอเมริกา

ปัจจุบันไทยบังคับใช้มาตรฐานยูโร 4 ในขณะที่อินโดนีเซียยังคงบังคับใช้มาตรฐานยูโร 2 นอกจากนั้นตามนโยบาย ECO CAR รุ่นที่ 2 รถยนต์ที่ผลิตจะต้องใช้มาตรฐานยูโร 5 ซึ่งถือเป็นการกระตุ้นให้ผู้ผลิตรถยนต์พัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในไทยเพื่อให้สามารถผลิตรถยนต์ที่มีมาตรฐานที่เหนือกว่ามาตรฐานที่กำหนดใช้ในปัจจุบัน

**“ผู้ผลิตชั้นส่วน 57 ราย
ที่ติดอันดับผู้ผลิตชั้นส่วนที่ใหญ่ที่สุด
100 อันดับแรกของโลก
ลงทุนในประเทศไทยแล้ว
โดยผลพวงจากนโยบาย
ECO CAR รุ่นที่ 2”**

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีระบบห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เข้มแข็ง โดยมีผู้ผลิตชั้นส่วนระดับ TIER 1 มากกว่า 700 ราย และผู้ผลิตชั้นส่วนระดับ TIER 2 และ 3 อีกกว่า 1,700 ราย และในจำนวนนี้มีผู้ผลิตชั้นส่วน 57 รายที่ติดอันดับผู้ผลิตชั้นส่วนที่ใหญ่ที่สุด 100 อันดับแรกของโลกลงทุนในประเทศไทยแล้ว โดยผลพวงจากนโยบาย ECO CAR รุ่นที่ 2 นอกจากก่อให้เกิดการลงทุนผลิตเครื่องยนต์ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยแล้ว ยังคาดว่าจะก่อให้เกิดผู้ผลิตชั้นส่วนรายใหม่จากทางยุโรปเพื่อรองรับการผลิตรถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 2 อย่างโพล์สวาเก้น

เป็นต้น ซึ่งตามนโยบาย ECO CAR ทั้ง 2 รุ่น ยังส่งเสริมให้ผู้ผลิตผลิตชิ้นส่วนเพื่อส่งออกอีกด้วย

**“บีโอไอได้รับคำยืนยันจากหลายค่ายว่า
จะเดินหน้าตามแผนการผลิต
ECO CAR รุ่นที่ 2 ต่อไป
โดยเฉพาะค่ายรถญี่ปุ่น 5 ราย
ที่เป็นกลุ่มผู้ผลิต ECO CAR รุ่นที่ 1”**

ถึงแม้ว่าระบบห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยานยนต์ของอินโดนีเซียจะไม่แข็งแกร่งเท่าประเทศไทย และในอดีตที่ผ่านมาจะต้องพึ่งพาการนำเข้าชิ้นส่วนที่ผลิตจากประเทศไทย แต่ในอนาคตเมื่อตลาดอินโดนีเซียมีความต้องการที่มากพอที่จะจนถึงระดับการประหยัดต่อขนาดที่คุ้มค่าต่อการลงทุนผลิตชิ้นส่วนในประเทศ ก็อาจทำให้แนวโน้มการพึ่งชิ้นส่วนจากไทยน้อยลง ซึ่งถือเป็นความท้าทายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยที่จะผลักดันให้ยังเกิดการขยายการลงทุนจากผู้ผลิตชั้นส่วนที่มีการลงทุนในไทยอยู่แล้ว พร้อมทั้งชักจูงผู้ผลิตชั้นส่วนรายใหม่ด้วย

เมื่อพิจารณาการเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยในระยะกลางประมาณ 5 ปีข้างหน้า นโยบาย ECO CAR รุ่นที่ 2 ถือว่ามีแรงหนุนสำคัญให้ยอดผลิตของไทยเป็นไปตามเป้าหมาย 3 ล้านคันในปี 2560



ซึ่งจะยังช่วยให้ไทยคงความเป็นผู้ผลิตรถยนต์ใหญ่เป็นอันดับหนึ่งในอาเซียน และยังสามารถกล่าวได้ว่านโยบายดังกล่าวผลักดันให้ผู้ผลิตรถยนต์หลายเจ้าตัดสินใจวางกลยุทธ์ให้ไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ขนาดเล็กที่มีมาตรฐานระดับโลกเพื่อการส่งออกในระยะยาว ซึ่งจะ เป็นการผลักดันและตอกย้ำความสำเร็จจากนโยบายดังกล่าวที่ทำให้ไทยสามารถสร้าง Product Champion ตัวที่สอง ต่อจากรถกระบะขนาดบรรทุก 1 ตัน รวมทั้ง เน้นย้ำให้เห็นถึงความสำเร็จของการดำเนินนโยบายของภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยไปสู่ การเป็นฐานการผลิตรถยนต์นั่ง เครื่องยนต์ และชิ้นส่วน ยานยนต์ระดับโลกที่ครบวงจร

อย่างไรก็ตาม ล่าสุดนี้ค่ายรถยนต์สัญชาติอเมริกันอย่าง GM ได้ประกาศยุทธศาสตร์ทางธุรกิจ ในอาเซียนใหม่ ซึ่งจะมุ่งเน้นการผลิตรถปิกอัพ และ รถยนต์อเนกประสงค์ SUV รวมทั้งลดการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ซึ่งรวมถึงการขอลงตัวจากการเป็นผู้ผลิตรถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 2 ด้วย คงต้องจับตามองสถานการณ์ของผู้ผลิตที่เหลืออีก 9 รายอย่างใกล้ชิด ว่าจะมีรายใดพับแผนตาม GM หรือไม่ ซึ่งในเบื้องต้น บีบีไอได้รับคำยืนยันจากหลายค่ายว่า จะเดินหน้าตามแผนการผลิตต่อไป โดยเฉพาะค่ายรถญี่ปุ่น 5 รายที่เป็นกลุ่มผู้ผลิต ECO CAR รุ่นที่ 1 🍃





ECO CAR...ในทัศนะ ค่ายรถยนต์



ปัจจุบันอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมหลักในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของไทย ไม่ใช่เฉพาะมูลค่าการส่งออกยานยนต์เฉลี่ยปีละกว่า 8 แสนล้านบาท แต่ยังมีมูลค่าที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องอีกมากมาย เช่น การผลิตชิ้นส่วนนับ 1,000 ชิ้นต่อรถยนต์ 1 คัน

ที่ผ่านมาหน่วยงานภาครัฐเล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์ และได้มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์ในรูปแบบต่างๆ โดยหนึ่งในมาตรการที่สำคัญของภาครัฐคือการส่งเสริมการลงทุนในโครงการรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล หรือ ECO CAR ซึ่งส่งผลให้รถยนต์ ECO CAR กลายเป็นโปรดักส์ แชมป์เปี้ยนลำดับที่ 2 ของประเทศไทยต่อจากรถกระบะขนาด 1 ตัน

• คุณสุรรัตน์ ศิริสุวรรณางกูร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโสบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

• คุณเพ็ญใจ แก้วสุวรรณ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

• คุณธีร เหมพงศ์พันธ์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท มาสด้า เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด มาร่วม

แสดงวิสัยทัศน์เกี่ยวกับโครงการรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล หรือ อีโคคาร์ (ECO CAR)

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

ผลการดำเนินงานในโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 1

คุณสุรรัตน์ ศิริสุวรรณางกูร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโสบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เปิดเผยว่าผลการดำเนินงานภายใต้โครงการ ECO CAR รุ่นที่ 1 ของโตโยต้า ตรงกับความคาดหวังของบริษัท นับตั้งแต่การได้รับอนุมัติการส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอและได้รับอนุมัติแบบการผลิตรถยนต์ ECO CAR จากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ในรุ่นยาริส (Yaris)



คุณสุรรัตน์ ศิริสุวรรณางกูร
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย

ซึ่งผ่านมาตรฐานด้านการประหยัดพลังงาน สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย ตามคุณสมบัติของรถยนต์ ECO CAR ทั้งนี้ โตโยต้ามีความมุ่งมั่นในการผลิตรถยนต์อย่างดีที่สุด ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาระบบเครื่องยนต์ ระบบความปลอดภัย เพื่อให้ได้เป็นรถยนต์รุ่นใหม่ที่ดีตรง กับความต้องการผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของภาครัฐ



บริษัทเริ่มจำหน่ายรถยนต์ ECO CAR รุ่นยาริส ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 และถ้าพิจารณายอดขายในปี 2557 (มกราคม-กรกฎาคม 2557) มียอดขายทั้งสิ้น 31,213 คัน คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 46 ซึ่งนับว่าตรงกับความคาดหวังของบริษัท

จากการศึกษาของบริษัทพบว่า ตลาดรถยนต์ ECO CAR มีการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้งมีการแข่งขันกันสูงมาก รวมทั้งบริษัทคู่แข่งได้ออกรถยนต์ มาหลากหลายรุ่นทั้งแบบ Hatchback และ Sedan ซึ่ง เป็นการกระตุ้นยอดขายรถยนต์ ECO CAR เพิ่มมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ได้ทำให้บริษัทได้เรียนรู้พฤติกรรม ผู้บริโภคของคนไทยที่มีต่อ ECO CAR รุ่นที่ 1

ในปัจจุบันบริษัทมีรถยนต์ ECO CAR เพียง 1 รุ่น คือยาริส ซึ่งเป็นรถยนต์ประเภท Hatchback 5 ประตู โดยบริษัทกำลังศึกษาและวางแผนที่จะมีรุ่นรถยนต์ เพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการและเพิ่ม ทางเลือกให้กับลูกค้า โดยแผนดังกล่าวจะรวมถึงการ ดำเนินโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2 ด้วย

“โตโยต้ามีแผนที่จะดำเนินการ สานต่อความสำเร็จ ของโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2 ต่อไป และมีแผนการพัฒนาปรับปรุง ประสิทธิภาพเครื่องยนต์ เพื่อให้ได้คุณสมบัติตามเงื่อนไข ของรุ่นที่ 2”

การขอรับการส่งเสริมฯ ในโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2

หลังจากนโยบายส่งเสริมการผลิตรถยนต์ ประหยัดพลังงาน ECO CAR ประสบความสำเร็จอย่างมาก ในรุ่นที่ 1 และต่อมาภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริม การผลิตรถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 2 โตโยต้าในฐานะ ผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยจึงมีความประสงค์ที่จะ ดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ และ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งกำลังให้ความสนใจในเรื่องรถยนต์ประหยัดพลังงานและเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัทมีแผนที่จะดำเนินการสานต่อ ความสำเร็จของโครงการโดยจะดำเนินการผลิตรถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 2 ต่อไป โตโยต้าก็ยังมุ่งมั่นที่จะใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตดังเช่นรุ่นที่ 1 และยังคง มีแผนการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องยนต์ เพื่อ ให้ได้คุณสมบัติตามเงื่อนไขของรุ่นที่ 2 ที่เข้มงวดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการประหยัดพลังงานปริมาณการปล่อย ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มาตรฐาน EURO 5 รวมถึง มาตรฐานความปลอดภัยทั้ง Active safety และ Passive safety

ความเห็นต่อนโยบายของภาครัฐ

บริษัทเห็นด้วยต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุน ในโครงการผลิตรถยนต์ ECO CAR ของภาครัฐและมี แผนการลงทุนที่จะดำเนินการผลิตรถยนต์ให้เป็นไปตาม

นโยบายดังกล่าว ซึ่งเป็นการเปิดตลาดใหม่สำหรับรถยนต์ที่ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นการยกระดับคุณภาพของรถยนต์ภายในประเทศ ซึ่งเป็นประโยชน์กับผู้บริโภคที่จะได้ใช้รถยนต์ที่ประหยัดพลังงาน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความปลอดภัย

นโยบายการผลิตรถยนต์ ECO CAR ถือว่าเป็นการดำเนินนโยบายที่สอดคล้องกับ Global Trend และทำให้ประเทศไทยจะกลายเป็นฐานการผลิตรถยนต์ประเภทนี้เพื่อส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ซึ่งจะเป็นโปรดักส์แชมป์เปี้ยนตัวที่ 2 ของประเทศ ทั้งนี้ภาครัฐควรใช้เวลาในการเตรียมการหากจะให้การส่งเสริมฯ ผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ และควรหารือถึงความเป็นไปได้ และผลกระทบกับภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง

อนาคตของรถยนต์ ECO CAR

ปัจจุบันแนวโน้มในการเลือกใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ผู้บริโภคมีความต้องการรถยนต์ที่ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งรถยนต์ ECO CAR ที่เกิดจากนโยบายหรือมาตรการการส่งเสริมจากภาครัฐสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยดูจากยอดขายรถยนต์ ECO CAR มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและเป็นที่สนใจสำหรับผู้ผลิตรถยนต์รายอื่นๆ ที่อยากเข้าร่วมโครงการ ซึ่งจะทำให้เกิดการแข่งขันในทุกๆ ด้าน ทำให้ตลาดมีรถยนต์ที่หลากหลาย เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

ผลการดำเนินงานในโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 1

คุณเพียงใจ แก้วสุวรรณ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์ บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ให้ข้อมูลว่า บริษัทมองเห็นความมุ่งมั่นที่จะสร้าง



คุณเพียงใจ แก้วสุวรรณ
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์
บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

โปรดักส์แชมป์เปี้ยนลำดับที่ 2 ของรัฐบาลไทยและเห็นความสำเร็จของตลาดรถกระบะที่เป็นโปรดักส์แชมป์เปี้ยนลำดับที่ 1 และในตลาดทั่วโลกก็มีแนวโน้มการใช้รถยนต์ขนาดเล็กมากขึ้นทำให้นิสสันเข้าร่วมโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 1 โดยให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่

สำหรับเงื่อนไขของรถยนต์ ECO CAR ที่ปีโอไอกำหนดค่อนข้างกว้างกว่ามาตรฐานที่ประเทศไทยเคยกำหนดไว้ทำให้มีความกังวลและเกิดความสับสนค่อนข้างมาก ซึ่งต้องใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาาร่วมด้วยจึงจะได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด เช่นระบบ Idle Stop เพื่อการประหยัดน้ำมัน เป็นต้น

นิสสันได้วางแผนการขายในประเทศและส่งออกไว้ในสัดส่วน 30:70 (ในประเทศ:ต่างประเทศ) แต่หลังจากส่งนิสสันมาร์ชออกขายเป็น ECO CAR รุ่นที่ 1 และได้รับการสนับสนุนจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี รัฐบาลเอง





รวมทั้งสื่อต่างๆ ร่วมสนับสนุนทำให้กลุ่มลูกค้าค่อยๆ รับทราบและยอมรับในรถยนต์ ECO CAR โดยยอดขายของนิสสันมาร์ชใน 3 เดือนแรกยังน้อยและค่อยๆ เพิ่มขึ้น เมื่อลูกค้าได้ใช้รถจริงและเข้าใจว่ารถยนต์ขนาดเล็กเครื่องยนต์เล็กแต่มีมาตรฐานสูงตามที่บีโอไอกำหนด เป็นรถที่เหมาะสมกับตลาดรถยนต์เมืองไทยโดยเฉพาะเมื่อนิสสันได้เปิดตัวนิสสันอัลเมรา ซึ่งในปีต่อมาลูกค้าก็มีความมั่นใจและตัดสินใจซื้อกันมากขึ้น โครงการรถคันแรกของรัฐบาลในปี 2555 จึงเป็นอีกปัจจัยหลักเสริมให้ตลาดรถยนต์ ECO CAR เติบโตอย่างรวดเร็ว

การขอรับการส่งเสริมฯ ในโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2

นิสสันถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมากในโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 1 ดังนั้นบริษัทจึงขอยื่นรับการส่งเสริมฯ ในโครงการรุ่นที่ 2 ต่อเนื่องทันที เมื่อบีโอไอประกาศ นิสสันคาดการณ์ว่าตลาด ECO CAR จะเติบโตและก้าวมาเป็นตลาดหลักของรถยนต์ทั้งส่วนบุคคล รวมทั้งจะมีการส่งออกเป็นจำนวนมาก

นิสสันวางแผนที่จะพัฒนาเครื่องยนต์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งการออกแบบตัวรถที่จะต้องตอบรับเรื่องการประหยัดพลังงาน และลดมลพิษได้มากขึ้นโดยเฉพาะปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จะต้องสอดคล้องกับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตใหม่ การเลือกใช้วัสดุที่น้ำหนักเบา แต่ให้ความแข็งแรงและมีคุณสมบัติที่ดีกว่า รวมทั้งสามารถผ่านมาตรฐานความปลอดภัยของ ECO CAR รุ่นที่ 2

ทั้งนี้ อยากให้ทางภาครัฐพิจารณาถึงผลกระทบต่อ

โครงการ ECO CAR ด้วย หากมีการพิจารณาปรับมาตรฐานข้อกำหนด หรือโครงสร้างภาษีเพิ่มเติม เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการที่มีการลงทุนสูงมาก

**“นิสสันยังเชื่อมั่นว่า ตลาดประเทศไทย
จะยอมรับรถยนต์ ECO CAR มากขึ้น
จากระยะแรกได้ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจ
ในคุณสมบัติของรถยนต์
รวมทั้งประสิทธิภาพของรถยนต์มาแล้ว”**

อนาคตของรถยนต์ ECO CAR

นิสสันยังเชื่อมั่นว่า ตลาดประเทศไทยจะยอมรับรถยนต์ขนาดเล็กหรือ ECO CAR มากขึ้น จากระยะแรกได้ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในคุณสมบัติของรถยนต์ รวมทั้งประสิทธิภาพของรถยนต์ขนาด B-Segment (รถยนต์ขนาดเล็ก) มากขึ้น โดยเฉพาะถ้าโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2 เริ่มมีผู้ผลิตหลายราย ซึ่งเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น สำหรับตลาดต่างประเทศเองรถยนต์ขนาดเล็กก็มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งการที่มีฐานการผลิตรถยนต์อยู่ที่ประเทศไทย ก็นับเป็นประโยชน์มาก เพราะคุณภาพรถยนต์ที่ประกอบจากไทย หรือชิ้นส่วนที่ผลิตจากไทย ได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพดี และประเทศไทยก็มีความพร้อมในการผลิตรถยนต์จำนวนมากได้

บริษัท ออโตอัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

การขอรับการส่งเสริมฯ ในโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2

บริษัท ออโตอัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ AAT เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างมาสด้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น และฟอร์ด มอเตอร์ คัมปะนี ซึ่งขอรับการส่งเสริมฯ ในโครงการ มาสด้า ECO CAR ภายใต้โครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2



คุณธีร เพิ่มพงศ์พันธ์
ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด
บริษัท มาสด้า เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด

คุณธีร เพิ่มพงศ์พันธ์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท มาสด้า เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า ในช่วงโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 1 นั้น มาสด้าได้ตัดสินใจร่วมทุนกับฟอร์ด ในการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์นั่งขนาดกำลังการผลิต 140,000 คัน คิดเป็นมูลค่าการลงทุนเกือบ 16,000 ล้านบาท ซึ่งจากการที่ AAT เป็นบริษัทร่วมทุน ทำให้ในการลงทุนโครงการต่างๆ นั้น จำเป็นต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควรในการตัดสินใจ และผู้ถือหุ้นต้องเห็นสอดคล้องตรงกัน ดังนั้นจึงทำให้ บริษัทไม่มีความพร้อมในการลงทุนโครงการในช่วงที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการผลิต ECO CAR รุ่นที่ 1 ดังกล่าว

**“บริษัท ออโตอัลลายแอนซ์
ทราบดีว่าการพลาดโอกาสในครั้งนั้น
ก่อให้เกิดการเสียโอกาสในการแข่งขัน
สำหรับรถยนต์ ECO CAR
ดังนั้นเมื่อรัฐบาลมีนโยบายโครงการ
ECO CAR รุ่นที่ 2
จึงตัดสินใจเข้าร่วมโครงการนี้”**

บริษัททราบดีว่าการพลาดโอกาสในครั้งนั้น ก่อให้เกิดการเสียโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดสำหรับตลาดรถยนต์ ECO CAR ดังนั้นเมื่อรัฐบาลมีนโยบายให้การส่งเสริมโครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2 บริษัทจึงตัดสินใจเข้าร่วมโครงการนี้ เนื่องจากมองว่านโยบายดังกล่าวเป็นนโยบายที่ดี และด้วยเทคโนโลยี SKYACTIV ของมาสด้าจะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของรัฐบาลไทยและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

บริษัทเชื่อมั่นว่า รถยนต์มาสด้า 2 ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้โครงการ ECO CAR รุ่นที่ 2 นั้น ไม่เพียงแต่จะสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัทในตลาดภายในประเทศ แต่ยังสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างๆ ทั่วโลก อันเป็นทิศทางที่บริษัทได้กำหนดแผนงานไว้ว่าจะพัฒนาให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญของมาสด้าในการผลิตยานยนต์คุณภาพและส่งออกไปยังภูมิภาคต่างๆ อาทิ อาเซียน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และยุโรป เป็นต้น

เทคโนโลยีในรถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 2

สำหรับรถยนต์มาสด้า 2 ซึ่งเป็นรถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 2 ที่ผลิตจากโรงงาน AAT นี้ ถูกผลิตขึ้นภายใต้เทคโนโลยี SKYACTIV ซึ่งเป็นนวัตกรรมด้านยานยนต์ล่าสุดของมาสด้าที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก ว่าเป็นเทคโนโลยีด้านยานยนต์ที่มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัยสูง ขณะที่ยังสามารถคงสมรรถนะด้านการขับขี่ที่ดีเยี่ยมซึ่งประกอบด้วย



1. **เครื่องยนต์ SKYACTIV-D** เครื่องยนต์ดีเซลสะอาด (Clean Diesel)

2. **ระบบเกียร์อัตโนมัติ SKYACTIV-Drive** ที่ไม่เพียงแต่จะช่วยเรื่องการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง หากยังช่วยให้รถมีสมรรถนะในการขับที่ดี

3. **โครงสร้างตัวถัง SKYACTIV-Body** ซึ่งเป็นโครงสร้างตัวถัง ระบบช่วงล่าง และระบบบังคับเลี้ยว ที่มีความแข็งแกร่ง มีสมรรถนะด้านความปลอดภัยจากการชนปะทะที่เป็นเลิศ และเทคโนโลยีการลดน้ำหนัก

มุมมองต่อนโยบาย

โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล หรือ ECO CAR ทั้งรุ่นที่ 1 และ 2 นั้น เป็นโครงการที่ดี ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยให้บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายรถยนต์อย่างมาสด้าสามารถนำผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีใหม่ๆ ของยานยนต์ ซึ่งมีสมรรถนะการขับที่ดี มีความปลอดภัยสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเข้ามาแนะนำกับลูกค้าภายในประเทศ แต่ยังช่วยเพิ่มมูลค่าการลงทุนและพัฒนาให้กับระบบธุรกิจและเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านการจ้างงาน การสร้างรายได้ให้กับประเทศทั้งจากการลงทุนและการส่งออก ที่สำคัญยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการใช้นโยบายยานยนต์ขั้นสูง เพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศ เกิดการขยายตัวของการประกอบธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ภายใต้ข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ที่เข้มงวดและเทคโนโลยีขั้นสูง ได้ทำให้รถยนต์ ECO CAR รุ่นที่ 2 เป็นรถที่ Ecology มีราคาที่เหมาะสมกับคุณสมบัติ ซึ่งอาจจะคลาดเคลื่อนกับความเข้าใจของผู้บริโภคที่คิดว่ารถยนต์ ECO CAR ต้องเป็นรถราคาถูก ซึ่งเป็นเรื่องที่ทั้งภาครัฐและเอกชนควรจะร่วมมือกันสร้างความรู้และความเข้าใจให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

อนาคตของ ECO CAR

การใช้รถยนต์ของลูกค้านในประเทศไทยและทั่วโลก จะมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับยานยนต์ที่มีเทคโนโลยีการใช้พลังงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ Green Car Technology และมีความปลอดภัยต่อผู้ขับขี่ ซึ่งรถยนต์ ECO CAR ทั้งรุ่นที่ 1 และ 2 นั้น ก็เป็นหนึ่งในรถยนต์ที่ตอบโจทย์ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี และจากความต้องการใช้ยานยนต์ที่ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงเชื่อว่าแนวโน้มความต้องการรถยนต์ ECO CAR ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกในภูมิภาคต่างๆ ยังมีแนวโน้มที่ดี ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยกระตุ้นให้ระบบกำลังซื้อในประเทศและเศรษฐกิจโดยรวมขยายตัวเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการสนับสนุนนโยบายในการเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของโลกตามเป้าหมายของประเทศ ที่คาดว่าจะผลิตรถยนต์ได้ 3 ล้านคันในปี 2560 อีกด้วย

จากมุมมองของผู้บริหารจากค่ายรถยนต์ทั้ง 3 ท่าน จะเห็นได้ว่า รถยนต์ ECO CAR นั้นมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นต่อไปในอนาคต เนื่องจากมีคุณสมบัติในด้านการประหยัดพลังงาน ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี จึงเป็นที่คาดว่ารถยนต์ ECO CAR จะเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์หลักที่ช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย ให้ก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ของภูมิภาคอาเซียน

ขอขอบคุณ

1. คุณศุภรัตน์ ศิริสุวรรณงูร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
2. คุณเพ็ญใจ แก้วสุวรรณ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายรัฐกิจสัมพันธ์ บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
3. คุณธีร์ เพิ่มพงศ์พันธ์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท มาสด้า เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด



ซัพคอน ไทยแลนด์ 2015 ที่สุดบองเวที่ซือบายชินส่วน อุตสาหกรรมสนับสนุนไทย-อาเซียน



งาน “ซัพคอน ไทยแลนด์” หรือ **Subcon Thailand (Industrial Subcontracting Exhibition)** เป็นงานแสดงอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิตเพื่อการจัดซื้อชิ้นส่วนอุตสาหกรรมที่จัดร่วมกันระหว่างสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) กับบริษัท ยูบีเอ็ม ซึ่งได้จัดขึ้นครั้งแรกในเดือนพฤษภาคม 2550 และประสบความสำเร็จอย่างงดงาม เรียกได้ว่าเป็นงานแสดงสำหรับอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิตระดับนานาชาติอย่างแท้จริง

ในปี 2558 จะเป็นปีที่ 9 ที่คาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมจัดแสดงกว่า 400 ราย จากทั้งไทย อาเซียน และญี่ปุ่น นำชิ้นส่วนอุตสาหกรรมกว่า 3,000 รายการ มาจัดแสดง และมีโอกาสพบกับผู้ซื้อจาก 14 ประเทศทั่วโลก โดยกำหนดจัดขึ้นในวันที่ 13-16 พฤษภาคม 2558 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ โดยงานครอบคลุมพื้นที่การจัดงานกว่า 6,000 ตารางเมตร





โดยงานที่ผ่านมา มีจำนวนผู้ชมจากทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเข้าร่วมกิจกรรมภายในงานของผู้ผลิตและผู้บริหารชาวญี่ปุ่น ซึ่งเป็นนักลงทุนและผู้ซื้อชิ้นส่วนกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เรียกได้ว่างานซัปปอนไทยแลนด์เติบโตสอดคล้องกับเศรษฐกิจของไทยที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องอย่างชัดเจน ด้วยแนวโน้มเศรษฐกิจที่มีทิศทางในเชิงบวกสำหรับประเทศไทยและอาเซียน จึงทำให้งานซัปปอน ไทยแลนด์ 2015 เป็นโอกาสทางธุรกิจครั้งสำคัญสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนในไทยและอาเซียนที่จะได้พบกับผู้ซื้อชิ้นส่วนรายใหญ่ของโลก

“สำหรับปี 2558 เป็นครั้งแรกในงาน

“ซัปปอน ไทยแลนด์”

ที่จะมีส่วนจัดแสดงพิเศษ

“ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ทางการแพทย์”

งานแรกและงานเดียวในภูมิภาคอาเซียน

ที่นำผู้ผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์

ทางการแพทย์มาจัดแสดง”

สำหรับปี 2558 เป็นครั้งแรกในงานซัปปอน ไทยแลนด์ที่จะมีส่วนจัดแสดงพิเศษ “ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ทาง

การแพทย์” งานแรกและงานเดียวในภูมิภาคอาเซียนที่นำผู้ผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ทางการแพทย์มาจัดแสดงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพได้มีโอกาสสัมผัสกับเทคโนโลยีทันสมัยจากบริษัทชั้นนำของโลก

จากภาวะสังคมสูงอายุที่มีจำนวนมากขึ้นในภูมิภาค รวมถึงนโยบายการผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการแพทย์และการรักษา อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ทางการแพทย์จึงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จึงเป็นที่มาของการจัดแสดงอุตสาหกรรมนี้ขึ้นในงาน “ซัปปอนไทยแลนด์”

ภายในงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจและเกิดประโยชน์กับทั้งผู้เข้าร่วมออกงานและผู้เข้าชมงานมากมาย เช่น กิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ เปิดโอกาสให้ผู้ซื้อและผู้ผลิตชิ้นส่วนได้มีโอกาสนัดหมายกันล่วงหน้า และเจรจาธุรกิจแบบเข้มข้นรายบริษัทภายในงาน ซึ่งในปี 2558 คาดว่า จะมีผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับโลกกว่า 14 ประเทศตอบรับเข้าร่วม เช่น Mercedes Benz, Toyota, Sony, Denso, Samsung, Whirlpool, Haier, Hutchinson และ Hino เป็นต้น และยังมีบริษัทจากประเทศญี่ปุ่นโดยการนำของบีไอไอโตเกียวและโอซากาเข้าร่วมงานอีกด้วย

ในงานยังมีส่วน Buyer's Village สำหรับบริษัทผู้ซื้อชิ้นส่วนอุตสาหกรรม เพื่อจัดแสดงชิ้นงานที่ต้องการจัดซื้อหมุนเวียนเข้าร่วม 12 บริษัทต่อวัน พร้อมทั้งมีส่วนแสดงผลผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ซื้อรายใหญ่ (Buyer Showcase) เป็นความรู้ให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนได้มีโอกาสนำไปพัฒนาคุณภาพของตนเองให้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ

นอกจากนี้ ยังมีการจัดสัมมนาหลากหลายหัวข้อและน่าสนใจ เช่น โอกาสในการลงทุนธุรกิจ การผลิตรูปแบบใหม่ จนถึงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจรูปแบบต่างๆ ที่ทางผู้จัดงานได้เชิญหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญร่วมส่งวิทยากรหมุนเวียนกันมาบรรยายให้ความรู้ และ

ในงานจับคอน ไทยแลนด์ ยังมีการผลักดันโครงการความร่วมมือภาคการศึกษากับภาคธุรกิจ Academic to Business (A2B)/R&D Matching คือกิจกรรมที่จะเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านการวิจัยเข้ากับภาคอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดย

นำผลงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ เข้าสู่เชิงพาณิชย์ สำหรับปีนี้มีสถาบันการศึกษาเข้าร่วม 10 สถาบันจาก 3 ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ จากกิจกรรมที่หลากหลายดังกล่าวข้างต้นทำให้งาน "จับคอน ไทยแลนด์ 2015" เป็นงานที่มีความสำคัญงานหนึ่งที่ไม่ควรพลาด 

สรุปผลการจัดงานใน ปี 2557

ผลการจัดงานใน ปี 2557 ที่ผ่านมามีผู้เข้าร่วมออกบูธ 300 ราย จากทั้งประเทศไทย ประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สิงคโปร์ อีกทั้งยังมีผู้ร่วมงานจากประเทศญี่ปุ่นจากเมือง Kanagawa, Shimane, Kitakyushu, Osaka, Yamanashi มีผู้เข้าชมงานกว่า 20,000 คน บริษัทผู้ซื้อเข้าร่วมจากทั่วโลกกว่า 300 บริษัท จาก 14 ประเทศ มีจำนวนคู่เจรจาธุรกิจกว่า 3,800 คู่ เกิดมูลค่าการเชื่อมโยงกว่า 7,000 ล้านบาท

โดยช่วยจัดหาผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยให้แก่นักลงทุนต่างชาติ ซึ่งทำให้นักลงทุนมีความมั่นใจในการลงทุนและได้รับความสะดวกรวดเร็วในการบริการ จนเป็นที่ประทับใจของนักลงทุนต่างชาติที่เข้าร่วมงาน และในงานยังเกิดการเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษากับภาคอุตสาหกรรม (R&D Matching) จำนวน 105 คู่ รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศไทยอีกด้วย





เกาหลี...สมดุลแห่ง อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ

หากลองหันมองประเทศที่ประสบความสำเร็จ
ในการพัฒนาอุตสาหกรรมในภูมิภาคเอเชีย คง
ปฏิเสธไม่ได้ว่าสาธารณรัฐเกาหลีจะเป็นตัวอย่าง
ที่โดดเด่นที่สุดสำหรับการพัฒนาแบบก้าวกระโดด
ในช่วงปี 70 - 80 ที่เรียกว่า Miracle of Han River
หรือมหัศจรรย์แห่งลุ่มแม่น้ำฮัน ที่อีกหลายประเทศ
อยากจะทำตาม

สาธารณรัฐเกาหลีและไทยนั้นมีความใกล้ชิดกัน
ทั้งทางการค้าและการท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลพวงหลัก
มาจากนโยบายพัฒนาทางเศรษฐกิจของเกาหลีด้วย
เช่นกัน คนไทยจำนวนมากก็นิยมเดินทางมาเที่ยวเกาหลี
เป็นเป้าหมายแรก เนื่องจากคุ้นเคยกับวัฒนธรรมที่
ได้รับจากสื่อต่างๆ ระยะเวลาที่ไม่ไกลจนเกินไปและ
การยกเว้นวีซ่าท่องเที่ยวที่เอื้อให้การเดินทางง่ายขึ้น
แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมก็คงหนีไม่พ้นกรุงโซล ซึ่งเป็น
ศูนย์รวมเทคโนโลยี และความเจริญของเกาหลี ทั้งยังมี
ร่องรอยประวัติศาสตร์สมัยโชซอนให้เห็นอยู่บ้าง แต่
แท้จริงแล้วนั้น ประเทศเกาหลียังมีแหล่งท่องเที่ยว
ทางธรรมชาติที่น่าสนใจอีกหลายแห่ง และที่หนึ่งที่คนไทย

อาจจะเคยได้ยินหรือแฟนซีรี่ส์อาจจะเคยผ่านตาจาก
ละครมาบ้าง นั่นก็คือ เกาะเชจู



บรรยากาศร้านปลาดิบริมทะเลบนเกาะเชจู
ที่เลื่องลืออาหารทะเลสดๆ ที่ชาวประมงจับมาเอง

**“เกาะเชจูเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุด
ของประเทศเกาหลี
มีฐานะเป็นจังหวัดปกครองตนเองพิเศษ
มีพื้นที่ใหญ่กว่าเกาะภูเก็ต 3.4 เท่า
โดยมีประชากรราว 6 แสนคน”**

เกาะเชจูเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดของประเทศเกาหลี มีฐานะเป็นจังหวัดปกครองตนเองพิเศษ (Jeju Self - Governing Province) มีพื้นที่ใหญ่กว่าเกาะภูเก็ต 3.4 เท่า โดยมีประชากรราว 6 แสนคน ตัวเกาะอุดมไปด้วยความงามทางธรรมชาติ ทั้งชายหาด ภูเขาไฟ น้ำตก อุทยานแห่งชาติ ถ้ำและป่า และยังเป็นที่นี่เดียวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจาก UNESCO ถึง 3 สาขา ซึ่งได้แก่ Biosphere Reserve in 2002, World Natural Heritage in 2007 และ Global Geoparks Network in 2010 ด้วยเหตุนี้ เกาะเชจูจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของเกาหลีที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศถึง 10.8 ล้านคนในปี 2557 ซึ่งนักท่องเที่ยวหลักมาจากจีนแผ่นดินใหญ่และญี่ปุ่น

เกาะเชจูกับบทบาทของ Free International City

นอกจากความโดดเด่นด้านความงามทางธรรมชาติแล้ว ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของเกาะซึ่งตั้งอยู่ทางตอนใต้ของคาบสมุทร บริเวณเส้นเขตแดนระหว่างทะเลเหลือง และทะเลตะวันออกจีน ยังทำให้เกาะเชจูเป็นจุดสำคัญในการขนส่งและเป็นจุดยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจและการเมืองของสามประเทศที่สำคัญอย่างเกาหลี ญี่ปุ่น และจีนอีกด้วย หลังจากช่วงวิกฤติทางการเงินปลายปี 2533 รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการลงทุนจากต่างชาติ และเล็งเห็นปัจจัยแวดล้อมของเกาะว่าอยู่ในจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออก จึงได้ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพร้อมปรับบรรยากาศเพื่อผลักดันเกาะเชจูให้เป็นที่ยอมรับในฐานะผู้ส่งออกสินค้าเกษตรคุณภาพสูง และพัฒนาให้เกาะเชจูเป็น Free International City ของภูมิภาคนี้อีกด้วย



โอซอลลอก (Osulloc) ไร่ชาเขียวขนาดใหญ่บนเกาะเชจู



ผลิตภัณฑ์ชาเขียวโอซอลลอกจากไร่บนเกาะเชจู

**“มีกฎหมายพิเศษที่บังคับใช้ภายในเกาะ
หรือ Jeju Special Law
ที่ให้สิทธิและอำนาจในการปกครองตนเอง
เช่น ให้อำนาจพิเศษแก่สภาท้องถิ่น
เพิ่มการมีส่วนร่วมของพลเมือง
ให้อำนาจอิสระในการปกครอง
ดูแลทางการเงิน”**

เนื่องจากเป็นจังหวัดปกครองตนเองพิเศษ รัฐบาลเชจูจึงมีการดำเนินงานที่เป็นอิสระและแตกต่างจากรัฐบาลท้องถิ่นของเมืองอื่นๆ โดยมีกฎหมายพิเศษที่บังคับใช้ภายในเกาะหรือ Jeju Special Law ที่ให้สิทธิและอำนาจในการปกครองตนเอง เช่น ให้อำนาจพิเศษแก่สภาท้องถิ่น เพิ่มการมีส่วนร่วมของพลเมืองให้อำนาจอิสระในการปกครองดูแลทางการเงิน ให้อำนาจเจ้าหน้าที่ตำรวจที่เป็นอิสระจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และกำหนดแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมหลักเป็นพิเศษ

นโยบายหลักของการพัฒนาเกาะเชจูให้เป็น Free International City นั้นประกอบไปด้วย

1. พื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจัดตั้ง Jeju Tourism Corporation และยกเชจูให้เป็น International Convention City

2. ให้บริการทางการศึกษา ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา Free International City เช่น ให้มีการจัดตั้งและดำเนินงานของโรงเรียนที่เป็นอิสระ และให้มีการจัดตั้งมหาวิทยาลัยของต่างชาติควบคู่ไปกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่

3. จัดหาบริการทางการแพทย์เฉพาะทาง ที่มีคุณภาพ เช่น ให้บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนในกิจการโรงพยาบาลเพื่อการพาณิชย์ ปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางการแพทย์และลดข้อจำกัดในอุตสาหกรรมแพทย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น อนุญาตให้มีการจ้างเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์ที่เป็นต่างชาติ อนุญาตให้ประกอบธุรกิจเพื่อแสวงหากำไรพร้อมให้สิทธิประโยชน์และสิ่งจูงใจในการลงทุน

4. ช่วยเหลือและสนับสนุนอุตสาหกรรมสะอาด (Clean Industry) โดยมอบหมายเจ้าหน้าที่ดูแลจัดการพื้นที่การเกษตร ป่า ชายทะเล เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า ปกป้องระบบนิเวศและดูแลทรัพยากรธรรมชาติ

5. ช่วยเหลือและสนับสนุนอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ที่เกี่ยวกับ IT และไบโอเทคโนโลยี

โดยการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ด้านภาษีและค่าเช่าสินทรัพย์สาธารณะ เป็นต้น

กลยุทธ์ที่เน้นผลักดัน 3 ส่วน ได้แก่ การท่องเที่ยว การศึกษา และอุตสาหกรรมนั้น อยู่บนพื้นฐานการพัฒนาที่ควบคู่ไปกับการรักษาความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติของเกาะและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้าน นอกเหนือจากนโยบายข้างต้น รัฐบาลเชจูยังส่งเสริมการสร้างระบบโครงสร้างพื้นฐานของเมืองให้สอดคล้องกับการรักษาสีเขียวแวดล้อม เช่น โครงการ Climate Adaptation City, Environment Training City และ Smart Grid test-Bed เพื่อผลักดันให้เกาะเชจูเป็นศูนย์กลางด้านสิ่งแวดล้อมโลกภายในปี 2563 อีกด้วย

JDC ผู้ผลักดัน Jeju ศูนย์กลางการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมระดับโลก

Jeju Free International City Development Centre³ หรือ JDC เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจพิเศษในสังกัดของ Ministry of Land, Transportation and Maritime Affairs ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบาย Free International City ตามกฎหมายพิเศษเชจู มีหน้าที่ในการผลักดันโครงการต่างๆ อันได้แก่

1. Resort - Type Residential Complex โครงการแหล่งที่พักสโตร์สอร์ทที่รวมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันทั้งด้านการแพทย์ ที่พักอาศัยและแหล่งสนันทนาการเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โครงการนี้มีกำหนดเสร็จในปี 2560

2. Myths & History Theme Park โครงการรีสอร์ตและธีมพาร์คระดับโลกที่จะให้ผู้เข้ามาชมได้สัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและตำนานของประเทศต่างๆ ทั่วโลก โครงการนี้มีกำหนดเสร็จในปี 2561

3. Healthcare Town โครงการศูนย์รวมการแพทย์ทางเลือก การวิจัยทางการแพทย์และ

การรักษาพยาบาล โครงการนี้มีกำหนดเสร็จในปี 2561

4. Seogwipo Tourist Port โครงการเมืองท่าทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับโลก โครงการนี้มีกำหนดเสร็จในปี 2563

5. Global Education City โครงการสร้างศูนย์กลางการศึกษาระดับสากล ให้มีการเรียนการสอนภาษาอังกฤษที่มีคุณภาพสูง โครงการนี้มีกำหนดเสร็จในปี 2564

6. JDC Duty - Free Shop ดำเนินกิจการร้านสินค้าปลอดภาษีเพื่อโปรโมทการท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนา Jeju Free International City

7. Jeju Science Park หรือ JSP โครงการสวนวิทยาศาสตร์แห่งเกาะเชจูสโตร์สอร์ทที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีเป้าหมายให้เป็นศูนย์รวมแหล่งอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง Natural Science R&D และสถาบันวิจัยเกี่ยวกับ IT และไบโอเทคโนโลยี ที่รวมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักอาศัยและสถาบันการศึกษาเข้าไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ JSP ยังช่วยส่งเสริม และเอื้ออำนวยการประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น สนับสนุนการออกสิทธิบัตรและส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจให้เข้าแข่งขันในตลาดระดับโลกด้วยเครือข่ายของ JSP กับศูนย์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ เช่น Ulm Science Park ในเยอรมนี Wales Technium ในอังกฤษ Singapore Science Park และ Southern Taiwan Science Park โครงการนี้มีกำหนดเสร็จสมบูรณ์ในปี 2564



**“จากการใช้กฎหมายพิเศษบังคับใช้เฉพาะ
ทำให้รัฐบาลท้องถิ่นสามารถ
เพิ่มขีดการแข่งขัน
และดึงดูดการลงทุนได้อย่างน่าพอใจ
สำหรับการลงทุนจากต่างชาติ
จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี
ทั้ง National Tax และ Local Tax
ส่วนลดค่าเช่าทรัพย์สินสาธารณะ”**

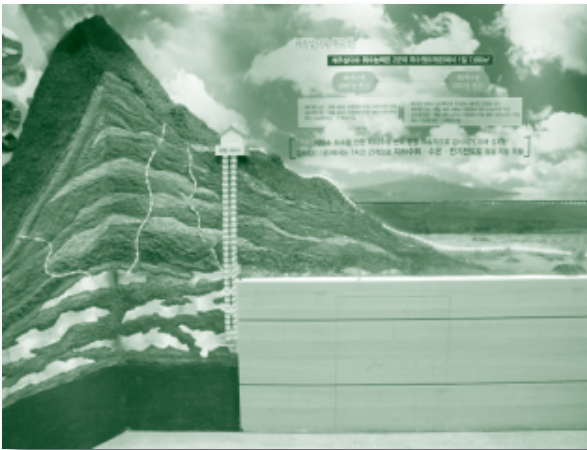
จากการใช้กฎหมายพิเศษบังคับใช้เฉพาะทำให้รัฐบาลท้องถิ่นสามารถเพิ่มขีดการแข่งขันและดึงดูดการลงทุนได้เป็นอย่างดี สำหรับการลงทุนจากต่างชาติจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีทั้ง National Tax และ Local Tax ส่วนลดค่าเช่าทรัพย์สินสาธารณะ เช่น นิคมอุตสาหกรรมแห่งชาติ นิคมอุตสาหกรรมทั่วไป นิคมอุตสาหกรรมเกษตรฯ นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนทางการเงินเบื้องต้นจากรัฐบาลท้องถิ่น (ภายใต้เงื่อนไข) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการชักจูงการลงทุนต่างชาติ เช่น เงินสนับสนุนด้านการฝึกอบรม เงินสนับสนุนในการจ้างงาน เงินสนับสนุนการจัดตั้งบริษัท

เมื่อพิจารณาถึงสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจและการลงทุนแล้ว เกาะเชจูถือเป็นอีกแหล่งรองรับการลงทุนที่น่าสนใจ ซึ่งเจ้าหน้าที่ของทางเชจูได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับนักธุรกิจชาวไทยว่า การลงทุนด้านการแพทย์และโรงพยาบาล จะเป็นธุรกิจที่คนไทยควรจะเข้ามาลงทุนที่สุด เนื่องจากการแพทย์ของไทยมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้ ยังได้สิทธิประโยชน์ในการลงทุนสร้างศูนย์การแพทย์เพื่อการพาณิชย์หากมีเงินลงทุนจากต่างชาติเกินร้อยละ 50 รวมถึงสิทธิประโยชน์ด้านวิชาทั้งสำหรับนักลงทุนและครอบครัว สำหรับนักลงทุนไทยที่สนใจนั้นสามารถติดต่อโดยตรงไปยัง JDC เพื่อขอข้อมูลการลงทุนได้

Samdasoo อุตสาหกรรมน้ำดื่มสร้างชื่อ

นอกเหนือจากนโยบายการพัฒนาจังหวัดเชจูให้เป็น Free International City แล้ว ทั้งรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นยังร่วมกันผลักดันให้มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหลือเฟือเพื่อในจังหวัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและกลายเป็นความสำเร็จที่สร้างชื่อให้เกาะเชจูอีกด้วย

เกาะเชจูมีปริมาณน้ำฝนสูง และมีปริมาณน้ำใต้ดินมาก ซึ่งเกิดจากการไหลผ่านของน้ำบนผิวดินที่ไหลผ่านรอยแยกของชั้นหินของภูเขาและแนวชายฝั่ง รัฐบาลจึงมีความพยายามที่จะพัฒนาแหล่งน้ำใต้ดินเหล่านี้ขึ้นมาใช้ ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นครั้งแรกปี 2504 หลังจากนั้นก็มีการพัฒนามาเรื่อยๆ และสร้างโรงงาน JejuSamdasoo เพื่อผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดในปี 2541



โมเดลจำลองลักษณะของแหล่งน้ำใต้ดินและการดูน้ำใต้ดินขึ้นมาใช้ประโยชน์

Samdasoo ได้ชื่อว่าเป็นเครื่องหมายการค้า น้ำดื่มบรรจุขวดที่เป็นตัวแทนของเกาะเชจู เป็นธุรกิจภายใต้การดำเนินงานของ Jeju Special Self - Governing Province Development Corporation **ลักษณะเด่นของ Samdasoo** คือ เป็นน้ำดื่มที่ได้จากการกรองผ่านชั้นหินภูเขาไฟ ปราศจากสารปนเปื้อน มีปริมาณ

แร่ธาตุแมกนีเซียมและแคลเซียมที่เหมาะสม มีปริมาณ Alkali ต่ำและดีต่อสุขภาพ ด้วยเหตุนี้ Samdasoo จึงเป็นน้ำดื่มจากเกาะเชจูที่ครองตลาดน้ำดื่มในประเทศเกาหลีเป็นอันดับหนึ่งมาตลอด 16 ปีจนถึงปัจจุบัน



กระบวนการผลิตน้ำดื่ม Samdasoo

“สิ่งที่เราจะมองข้ามไม่ได้สำหรับอนาคตของเกาะเชจูคือ นโยบายการสร้างเกาะเชจูให้เป็น Carbon Free Island ภายในปี 2573”

เกาะเชจูกับความพร้อมสู่ฉายา Carbon Free Island

สุดท้ายนี้ สิ่งที่เราจะมองข้ามไม่ได้สำหรับอนาคตของเกาะเชจูคือ นโยบายการสร้างเกาะเชจูให้เป็น Carbon Free Island ภายในปี 2573 เป้าหมายของการพัฒนาเกาะเชจูให้เป็นเกาะสีเขียวนั้นถูกแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนด้วยกันคือ

1. การสร้าง Pilot Model โดยทำ Smart Grid Test Bed ในพื้นที่ทดลองของเกาะเชจูและทดลองการใช้พลังงานทดแทนจากลม (เกาะเชจูมีกระแสลมแรงเหมาะแก่การผลิตพลังงานลม) โซลาร์และ ESS 100% ที่เกาะคาพา ซึ่งได้ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ในปี 2556

2. การสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานเพื่อรองรับ

Carbon Free Island เช่น การสร้างระบบพัฒนาพลังงานลมนอกชายฝั่งให้สามารถทดแทนการใช้พลังงานได้ถึง 100% ในปี 2573 การสร้างเมืองที่เป็นศูนย์กลาง Smart Grid การพัฒนาให้ทุกครัวเรือนภายในเกาะใช้เทคโนโลยี Smart Grid แบบ 100% ภายในปี 2563 และการสนับสนุนให้เปลี่ยนมาใช้รถยนต์พลังงานไฟฟ้า (Electric Vehicles) ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่

3. ตั้งเป้าหมายให้เกาะเชจูเป็น Carbon Free Island ภายในปี 2573 เพื่อเพิ่มรายได้ เพิ่มการจ้างงาน และสนับสนุนอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่ม จากการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่ควบคู่ไปกับสิ่งแวดล้อมที่สมบูรณ์ของเกาะ



แบบจำลองรถยนต์ประเภท EV และกระบวนการชาร์ตพลังงาน



เจ้าหน้าที่กำลังอธิบายการทำงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ
ภายในบ้าน (Smart Home) ด้วยเทคโนโลยี
Advanced Metering Infrastructure (AMI)
และ Energy Management System (EMI)



กังหันพลังงานลมบนฝั่งและนอกชายฝั่ง

ในปัจจุบันขั้นตอนการพัฒนาเกาะเชจูให้เป็น Carbon Free Island นั้นอยู่ในขั้นตอนที่ 2 และหากโครงการดังกล่าวประสบความสำเร็จ เกาะเชจูจะกลายเป็นเมืองตัวอย่างของโลกในด้านเทคโนโลยีสีเขียว ที่มีการใช้ Smart Grid ซึ่งถือว่าใหญ่ที่สุดและก้าวหน้าที่สุดในโลกด้วย

ทั้งหมดนี้คือข้อมูลบางส่วนของการปฏิรูปเกาะเชจู โดยมีเป้าหมายให้กลายเป็นเมืองชั้นนำของโลก ทั้งทางด้านอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม สิ่งหนึ่งที่เราเรียนรู้จากการพัฒนาเกาะเชจูแห่งนี้คือ การพัฒนาอย่างรวดเร็ว อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หากการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ได้รับการส่งเสริมให้เติบโตไปพร้อมกับการรักษาสมดุล เกาะเชจูเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการพัฒนาเชิงนิเวศ ที่สร้างดุลยภาพระหว่างธรรมชาติและอุตสาหกรรมให้ควบคู่กันไป และเป็นอีกแหล่งอุตสาหกรรมที่มีความพร้อม ในการรองรับการลงทุนจากต่างชาติ ทั้งด้านสาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม และปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ สำหรับการทำธุรกิจ

หากนักลงทุนไทยสนใจที่จะขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศเกาะเชจูก็เป็นตัวเลือกหนึ่งที่น่าสนใจทั้งในฐานะแหล่งอุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 🌿

ที่มาข้อมูล

เกี่ยวกับจังหวัดปกครองตนเองพิเศษเชจูและโครงการต่างๆ

www.jeju.go.kr

www.jdcenter.com

www.jpdc.co.kr/

www.jejuwater.or.kr

www.jejuotp.or.kr/

http://jeju-sp.com/

http://cyber.kepco.co.kr/kepco/EN/main.do



เมื่อเอ่ยถึงคำว่า “เส้นทางสายไหม” (Silk Road) ภาพของคาราวานสินค้าจีนที่ขนส่งไปแลกเปลี่ยนซื้อขายในต่างแดน ก็คงจะปรากฏขึ้นในความคิดของหลายคน และน่าจะเป็นภาพของการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ที่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมีความพอใจ ไม่มีใครเอาเปรียบใครมากเกินไป มีภาพของความสุขและรอยยิ้มของผู้คนที่อยู่ต่างวัฒนธรรม ได้มีโอกาสจับจ่ายและสัมผัสสินค้าแปลกตาที่มาจากดินแดนแสนไกล ผ่านมาตามเส้นทางสายไหม ซึ่งเป็นทั้งเส้นทางการค้า เส้นทางวัฒนธรรมและเส้นทางเชื่อมโยงสัมพันธ์ไมตรีทางการทูต

นี่คงเป็นอีกเหตุผลสำคัญที่นายสี จิ้นผิง ประธานาธิบดีของจีน ได้ตัดสินใจเลือกใช้คำว่า “เส้นทางสายไหม”

ในศตวรรษที่ 21 เพื่อใช้เป็น Soft Power Diplomacy ในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านบวกของประเทศจีนที่แม้จะแสนยิ่งใหญ่เพียงใด ก็ไม่เคยเอาเปรียบหรือเป็นภัยคุกคามต่อประเทศอื่นใด



นายสี จิ้นผิง ประธานาธิบดีของจีน



เส้นทางสายไหมในประวัติศาสตร์จีน

เส้นทางสายไหมในประวัติศาสตร์จีน มีทั้งแนวเส้นทางบก และเส้นทางทะเล เริ่มจากเส้นทางสายไหมทางบก ในยุคราชวงศ์ฮั่น ซึ่งเป็นทั้งเส้นทางคมนาคม

เส้นทางการค้า และเส้นทางด้านการทูตเพื่อเชื่อมสัมพันธ์ไมตรีระหว่างอาณาจักรจีนกับดินแดนเพื่อนบ้านทางตะวันตก โดยได้เชื่อมโยงไปจนถึงเอเชียกลาง เปอร์เซีย และยุโรป ไปจนถึงทะเลเมดิเตอร์เรเนียน

สำหรับเส้นทางสายไหมทางทะเล โดยเฉพาะในสมัยราชวงศ์ซ่ง นับเป็นยุคที่การค้าเส้นทางสายไหมทางทะเลเจริญรุ่งเรืองมาก และต่อมา ในช่วงสมัยราชวงศ์หมิงได้มีแม่ทัพเจิ้งเหอ (ชาंपองก) นำกองเรือล่องไปยังประเทศต่างๆ กว่า 37 ประเทศ นับเป็นกองเรือทางเศรษฐกิจสายแรกๆ ของโลกที่เชื่อมโยงจีนทางทะเล เพื่อเปิดเส้นทางการค้า วัฒนธรรม และเส้นทางด้านการทูตเพื่อเชื่อมสัมพันธ์ไมตรีกับประเทศต่างๆ ตามแนวเส้นทางจากชายฝั่งของจีนทางตอนใต้ ผ่านอ่าวเบงกอล เข้าสู่แหลมอินเดียนใต้ และเชื่อมต่อไปจนถึงภูมิภาคตะวันออกกลาง และทวีปแอฟริกา

แนวเส้นทาง Maritime Silk Road



เส้นทางสายไหมทางทะเลในศตวรรษที่ 21

มาถึงยุคนี้ในศตวรรษที่ 21 นายสี จิ้นผิง ประธานาธิบดีจีนได้หยิบยกคำขึ้นใหม่มากว่าถึงอีกครั้ง ในระหว่างการเดินทางเยือนประเทศอาเซียนช่วงปลายปี 2556 โดยกล่าวว่า “เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ หนึ่งในเขตสำคัญของเส้นทางสายไหมทางทะเล จีนพร้อมที่จะเพิ่มความร่วมมือทางทะเลกับอาเซียน”

นายสี จิ้นผิง เลือกที่จะกล่าวถึงเรื่องนี้ครั้งแรกในระหว่างการเยือนอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศแกนนำของอาเซียน และอินโดนีเซียซึ่งไม่มีข้อขัดแย้งกับจีนในประเด็นพื้นที่ทับซ้อนในน่านน้ำทะเลจีนใต้ ที่สำคัญอินโดนีเซียได้พยายามเป็น “ตัวกลาง” โกล่เกลี่ยข้อพิพาททะเลจีนใต้ระหว่างจีน กับอีก 4 ประเทศในอาเซียน คือ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และบรูไน

“เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2557

นายหลี่ เค่อเฉียง นายกรัฐมนตรีจีน

ได้ย้ำแนวคิดนี้ในระหว่างการเปิดประชุม

สภาผู้แทนประชาชนแห่งชาติของจีน

(NPC) โดยกล่าวว่า

“ควรเร่งพัฒนาเส้นทางสายไหมทางทะเล

แห่งศตวรรษที่ 21”

ตามที่ประธานาธิบดีสี จิ้นผิง ได้ริเริ่มไว้”

เมื่อผู้นำระดับสูงสุดของจีนส่งสัญญาณชัดเจนในเรื่องของการใช้เส้นทางสายไหมทางทะเล เพื่อเชื่อมโยงอาเซียน รัฐบาลมณฑลจีนที่เกี่ยวข้องก็ขานรับ หลายเมืองและหลายมณฑลชายฝั่งของจีนที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางสายไหมทางทะเลในประวัติศาสตร์ เช่น เมืองจ้านเจียง ในมณฑลกวางตุ้ง รวมทั้งเมืองเฉียนโจว ในมณฑลฝูเจี้ยน (ฮกเกี้ยน) ซึ่งในประวัติศาสตร์จีนเคยเป็นเมืองท่าที่สำคัญ ตั้งแต่ครั้งที่มาร์โคโพล นักเดินเรือชื่อดังชาวอิตาลีได้เดินทาง

มาถึงจีน และต่อมาเขาได้ลงเรือที่เมืองเฉียนโจว เพื่อเดินทางกลับไปยังเมืองเวนิส ประเทศอิตาลี ในขณะนี้ รัฐบาลฝูเจี้ยนจึงได้ชูประเด็นเส้นทางสายไหมทางทะเล เพื่อเชื่อมโยงกับประเทศในอาเซียนอย่างต่อเนื่อง

ต่อมาเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2557 นายหลี่ เค่อเฉียง นายกรัฐมนตรีจีน ก็ได้ย้ำแนวคิดนี้ในระหว่างการเปิดประชุมสภาผู้แทนประชาชนแห่งชาติของจีน (NPC) โดยกล่าวว่า “ควรเร่งพัฒนาเส้นทางสายไหมทางทะเลแห่งศตวรรษที่ 21” ตามที่ประธานาธิบดีสี จิ้นผิง ได้ริเริ่มไว้

ในขณะนี้การเดินหน้าผลักดันเส้นทางสายไหมทางทะเลในศตวรรษที่ 21 จึงเป็นเสมือน “คัมภีร์” สำคัญที่ผู้นำทั้งสองของจีนต้องนำไปหยิบยกเผยแพร่เพื่อหาแนวร่วมในระหว่างการเดินทางเยือนประเทศต่างๆ รวมทั้งการเยือนอินเดีย และหลายประเทศในเอเชียใต้ของประธานาธิบดีสี จิ้นผิง ช่วงเดือนกันยายน 2557

ดังนั้นความพยายามในการสร้างและปลุกคืนชีพเส้นทางสายไหมทางทะเลอีกครั้ง จึงเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการขยายผลประโยชน์ระหว่างจีนกับประเทศที่รายรอบจีน รวมทั้งภูมิภาคอาเซียน

ในกรณีของอาเซียน แนวคิดนี้ยังสอดคล้องกับการผลักดันของผู้นำจีนในการจัดตั้งกองทุน China - ASEAN Maritime Cooperation Fund วงเงิน 3 พันล้านหยวน เพื่อสร้างความร่วมมือทางทะเลระหว่างจีนกับเพื่อนบ้านอาเซียน เช่น การวิจัยทางทะเลและปกป้องสิ่งแวดล้อม การเดินเรือเพื่อความปลอดภัย การเชื่อมโยงเส้นทางเดินเรือ การค้นหาและการให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนการต่อสู้กับภัยคุกคามข้ามชาติ เป็นต้น





มุมมองนักวิชาการอาเซียน

รัฐบาลกลางและรัฐบาลมณฑลของจีนมีความกระตือรือร้นที่จะผลักดัน “เส้นทางสายไหมทางทะเล” (Maritime Silk Road) เพื่อแสวงหาความร่วมมือจากกลุ่มอาเซียน และได้เชิญนักวิชาการอาเซียนไปร่วมประชุมหารือเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะ ซึ่งผู้เขียนเองก็ได้รับเชิญในฐานะนักวิชาการไทยให้เดินทางไปเข้าร่วมประชุมหารือและแสดงความเห็นในเรื่องนี้หลายครั้งเช่นกัน ได้แก่

1. การประชุมเสวนา **“Forging China - ASEAN Community of Common Destiny, Building a Maritime Silk Road of the 21st Century”** ณ เมืองเซี่ยเหมิน มณฑลฝูเจี้ยน วันที่ 29 มีนาคม 2557 โดยรัฐบาลจีนได้เชิญนักวิชาการจากอาเซียนทุกประเทศให้เดินทางไปร่วมวงเสวนาร่วมกับผู้บริหารระดับสูงของจีนพร้อมกับเอกอัครราชทูตและกงสุลใหญ่จากหลายประเทศในอาเซียนที่ประจำอยู่ในประเทศจีน เพื่อร่วมกันหารือทิศทางและรูปธรรมของความร่วมมือจีน - อาเซียนในการฟื้นฟูเส้นทางสายไหมทางทะเล

2. การประชุม China - ASEAN Think Tank Strategic Dialogue Forum ณ นครหนานหนิง กวางสี วันที่ 12 - 13 กันยายน 2557 โดยเน้นหารือประเด็น **Jointly Constructing 21st Maritime Silk Roads & China - Singapore Economic Corridor**

และรัฐบาลจีนยังได้เชิญนักวิชาการจากอินเดีย มาร่วมหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักวิชาการอาเซียนและจีน พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะต่างๆ

จากการเข้าร่วมประชุมและหารือกับเพื่อนนักวิชาการอาเซียนข้างต้น พอสรุปมุมมองของนักวิชาการอาเซียนได้ดังนี้

**“หลายคนเห็นพ้องกันว่า
เส้นทางสายไหมดังกล่าว**

จะช่วยเปลี่ยนทศวรรษแห่งยุคทอง

ระหว่างจีนและภูมิภาคอาเซียน

สู่การเป็นทศวรรษแห่งยุคเพชร

และเป็นส่วนหนึ่งของกรอบความร่วมมือ

**2 + 7 ตามที่นายกรัฐมนตรีหลี่ เค่อเฉียง
ของจีนได้เสนอไว้”**

ประการแรก นักวิชาการอาเซียนส่วนใหญ่ให้การตอบรับและชื่นชมแนวคิดในการสร้างเส้นทางสายไหมทางทะเล เพื่อการเสริมสร้างมิตรสัมพันธ์ระหว่างอาเซียน - จีน ส่งเสริมการไปมาหาสู่และเร่งขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างกัน

ประการที่สอง หลายคนเห็นพ้องกันว่า เส้นทางสายไหมดังกล่าวจะช่วยเปลี่ยนทศวรรษแห่งยุคทอง (Golden Decade) ระหว่างจีนและภูมิภาคอาเซียนสู่การเป็นทศวรรษแห่งยุคเพชร (Diamond Decade) และเป็นส่วนหนึ่งของกรอบความร่วมมือ 2 + 7 ตามที่นายกรัฐมนตรีหลี่ เค่อเฉียงของจีนได้เสนอไว้ จึงชัดเจนว่าแนวคิดนี้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมาเกี่ยวข้อง

ประการที่สาม การผลักดันเส้นทางสายไหมทางทะเล แท้จริงแล้วเป็นการเติมเต็ม “ความฝันของจีน” (China's Dream) หรือ Zhong Guo Meng ที่ประธานาธิบดีสี จิ้นผิงได้จุดประกายให้คนจีนได้ร่วมฝัน

ด้วยกันตั้งแต่ปลายปี 2555 เนื่องจากหากผลักดันแนวคิดนี้ได้สำเร็จ จีนก็จะกลับมายิ่งใหญ่อีกครั้งบนเส้นทางสายไหมทางทะเล เหมือนดังเช่นในอดีตนั่นเอง

โดยสรุป เส้นทางสายไหมทางทะเลถือเป็น**เครื่องมือทางยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรมและการต่างประเทศ**ของจีน การปลูกคินชิฟเส้นทางสายไหมทางทะเลของผู้นำจีนจึงเป็นความพยายามที่จะใช้ Soft Power Diplomacy เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านบวกของจีน

และเพื่อกระตุ้นกระชับความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะในกลุ่มอาเซียน

อย่างไรก็ดี แม้ว่าแนวคิดและความพยายามที่จะปลูกคินชิฟเส้นทางสายไหมทางทะเลขึ้นมาอีกครั้ง จะเอื้อโอกาสทางเศรษฐกิจและการพัฒนาความร่วมมือกัน แต่ก็มีข้อสังเกตและประเด็นคำถามที่ยังรอคอยคำตอบจากผู้นำจีนเช่นกันดังนี้

ตารางสถิติการลงทุนจีน – อาเซียน (2556)

ASEAN-China Investment Total: 14.09 billion USD					
ASEAN's Investment to China Total: 8.35 billion USD			China's Investment to ASEAN Total: 5.74 billion USD		
Rank	Country	Investment	Rank	Country	Investment
1 st among ASEAN Member States	Singapore	7.327 billion USD	1 st among ASEAN Member States	Singapore	2.4 billion USD
2 nd	Thailand	480 million USD	2 nd	Laos	800 million USD
3 rd	Malaysia	280 million USD	3 rd	Indonesia	760 million USD

Source : Ministry of Commerce of China

**“คำถามสำคัญคือ กลุ่มอาเซียน
ควรจะให้ความสำคัญอันดับแรก
กับความร่วมมือในกรอบใดกันแน่”**

ประการแรก ในขณะนี้ยังไม่มีคำจำกัดความที่ชัดเจนว่า เส้นทางสายไหมทางทะเลในศตวรรษที่ 21 คืออะไร และมีแผนการดำเนินการอย่างไรบ้าง ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว



ประการที่สอง รูปแบบเชิงสถาบันของความร่วมมือเส้นทางสายไหมทางทะเลในศตวรรษที่ 21 จะเป็นอย่างไร ยังคงไม่ชัดเจน จะเป็นข้อตกลง FTA ในรูปแบบใหม่ หรือจะเป็นเพียงแค่การเชื่อมโยงด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของท่าเรือต่างๆ เป็นต้น

ประการที่สาม ในขณะนี้ มีกรอบความตกลงทางเศรษฐกิจ และการค้า FTA หลายฉบับทั้งระหว่างจีน กับกลุ่มอาเซียน และประเทศในเอเชียอื่นๆ ตลอดจนกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาคและอนุภูมิภาคต่างๆ เช่น กลุ่ม Asia - Pacific Economic Cooperation (APEC) กลุ่ม Greater Mekong Subregion (GMS) กลุ่ม Pan - Beibu Gulf Economic Cooperation (PBG) ตลอดจนแนวคิดระเบียงเศรษฐกิจ China - Singapore Economic Corridor และล่าสุด คือ การจัดตั้งกลุ่ม Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) เป็นต้น จึงเกิดคำถามว่า จะทำอย่างไรที่จะไม่ให้เกิดความทับซ้อนกับความร่วมมือที่มีอยู่แล้วเหล่านี้ และจะมีกลไกอะไรที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยงกับแนวคิดเส้นทางสายไหมทางทะเล คำถามสำคัญคือ กลุ่มอาเซียนควรจะทำให้ความสำคัญอันดับแรก กับความร่วมมือในกรอบใดกันแน่



ประการที่สี่ ปฏิเสธไม่ได้ว่า แนวคิดเส้นทางสายไหมทางทะเลยังอยู่ในระยะเริ่มต้น หากจะทำให้สำเร็จได้จริง จำเป็นต้องมีการพูดคุยหารือในด้านกลไกในการดำเนินการและกฎระเบียบข้อตกลงในการร่วมมือกันที่สำคัญ จะต้องเป็นกฎระเบียบข้อตกลงร่วมกัน (ไม่ใช่ว่ามีประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นผู้ชี้หน้า) เนื่องจากเส้นทางสายไหมทางทะเลเกี่ยวข้องกับประเด็นที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านการค้า การคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ การสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนประเด็นข้อพิพาทในทะเลจีนใต้ เป็นต้น

ประการสุดท้าย แม้ว่าเส้นทางสายไหมทางทะเลจะดูเหมือนเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจ แต่ยังมี ความเกี่ยวข้องกับน่านน้ำทะเล และมหาสมุทรต่างๆ ซึ่งย่อมจะเกี่ยวโยงกับประเด็นความมั่นคงและมีความอ่อนไหวทางการเมือง จึงต้องตระหนักถึงทั้งด้านเศรษฐกิจและความมั่นคง และมีได้เป็นเพียงความตกลงสองฝ่ายของคู่ประเทศใดๆ หากแต่เป็นประเด็นความเกี่ยวโยงในวงกว้างในระดับภูมิภาค จึงจำเป็นต้องมีกลไกและหลักปฏิบัติที่สอดคล้องและเป็นไปตามกฎระเบียบความตกลงระหว่างประเทศอย่างเคร่งครัด โดยยึดถือหลักการไว้วางใจต่อกัน (Mutual Trust) ในระหว่างสมาชิก เพื่อความร่วมมือเส้นทางสายไหมทางทะเลที่ยั่งยืน

แน่นอนว่าหากสามารถแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกันได้ ย่อมเอื้อให้เกิดสันติภาพและความมั่นคงในภูมิภาค แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่า ในขณะนี้ยังคงมีข้อพิพาทและปัญหาในน่านน้ำต่างๆ ไม่เฉพาะข้อพิพาทในเรื่องพื้นที่ทับซ้อนในทะเลจีนใต้ แต่รวมไปถึงปัญหาความไม่สงบในตะวันออกกลาง และปัญหาโจรสลัดในโซมาเลีย เป็นต้น

ดังนั้นการผลักดันเส้นทางสายไหมทางทะเล จึงมีทั้งโอกาสและปัญหาอ่อนไหว ซึ่งแต่ละประเทศที่เกี่ยวข้องจะเพิกเฉยไม่ได้

แนวพื้นที่ทับซ้อนในทะเลจีนใต้ South China Sea



ที่มาของรูป <http://www.pinterest.com/pin/291256300871310058/>

สรุปและข้อเสนอแนะ

เส้นทางสายไหมทางทะเลมีความสำคัญและมีลักษณะเด่น อย่างน้อย 3 ด้าน ดังนี้

ประการแรก เส้นทางสายไหมทางทะเลถูกริเริ่มและผลักดันสู่แวดวงระหว่างประเทศ โดยผู้นำระดับสูงสุดของจีน จึงสะท้อนถึงความตั้งใจแน่วแน่ของทางจีนในเรื่องนี้ และได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางนโยบายต่างประเทศและภายในประเทศของจีน จึงเป็นอีก “โมเดลใหม่” ของจีนในการบูรณาการภูมิภาคต่างๆ

ประการที่สอง จีนมีบทบาทหลักในเรื่องนี้ ทั้งในฐานะเป็นทั้งผู้ริเริ่ม และเป็นสถาปนิกหลักออกแบบ

โครงการนี้ โดยนำมาใช้เป็นเครื่องมือของรัฐบาลจีน ในการเข้าสู่ภูมิภาคต่างๆ อย่างไม่ไฉนฉ่างและน่ากลัว ครอบคลุมทั้งกลุ่มอาเซียน เอเชียใต้ เอเชียกลาง เชื่อมโยงไปจนถึงตะวันออกกลาง แอฟริกา และยุโรป ไปจนถึงทะเลเมดิเตอร์เรเนียน รวมทั้งการเชื่อมโยง 2 มหาสมุทร คือ มหาสมุทรแปซิฟิก และอินเดีย

**“และแน่นอนว่า จีนต้องการใช้
เส้นทางสายไหมเพื่อสร้างเครือข่าย
แสวงหาแนวร่วมในการคานอำนาจ
กับมหาอำนาจอื่น โดยเฉพาะสหรัฐฯ”**



ประการสุดท้าย เส้นทางสายไหมทางทะเล จึงเป็นโครงการใหญ่ของรัฐบาลจีนที่มีทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และมีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ จึงถือเป็นอภิมหาโครงการที่ครอบคลุมหลากหลายมิติในการเชื่อมโยงภูมิภาคต่างๆ และแน่นอนว่า จีนต้องการใช้เพื่อสร้างเครือข่ายแสวงหาแนวร่วมในการคานอำนาจกับมหาอำนาจอื่น โดยเฉพาะสหรัฐฯ

**“อย่างไรก็ดี เพื่อให้ยุทธศาสตร์นี้สัมฤทธิ์ผล
ทางการจีนควรมีความชัดเจน
และมีมาตรการที่เป็นรูปธรรมในการผลักดัน
แนวคิดเส้นทางสายไหมทางทะเล
ให้เกิดขึ้นได้จริง รวมทั้งแต่ละประเทศ
ที่เกี่ยวข้องควรที่จะร่วมมือกันอย่างจริงจัง”**

ผู้เขียนหวังว่า หากการผลักดันเส้นทางสายไหมทางทะเล ทำได้สำเร็จจริง จะสามารถเป็น “ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและสันติภาพ” (Development and Peace Strategy) ที่สำคัญระหว่างจีน - อาเซียน กล่าวคือ

เอกสารอ้างอิง

- อักษรศรี พานิชสาส์น. เส้นทางสายไหมทางทะเล (Maritime Silk Road) ในยุคสีจิ้นผิง. กรุงเทพฯ:ธุรกิจ 16 เมษายน 2557.
- อักษรศรี พานิชสาส์น. การเสวนาทางวิชาการเรื่อง นโยบายและยุทธศาสตร์ของสหรัฐอเมริกาและจีนที่ส่งผลต่อความมั่นคงในภูมิภาคอาเซียน. 15 กรกฎาคม 2557 เวลา 9.00 - 12.00 น. ณ โรงแรมรอยัล ริเวอร์ กรุงเทพฯ
- เอกสารประกอบการเสวนา Forging China - ASEAN Community of Common Destiny, Building a Maritime Silk Road of the 21st Century. 29 มีนาคม 2557 ณ เมืองเซี่ยเหมินมณฑลฝูเจี้ยน
- เอกสารประกอบการประชุม The 7th China - ASEAN Think Tank Strategic Dialogue Forum หัวข้อ Jointly Constructing 21st Maritime Silk Roads & China - Singapore Economic Corridor. 12 - 13 กันยายน 2557 ณ นครหนานหนิง กวางสี

การพัฒนา (Development) ในแง่การส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจ และด้านที่ไม่ใช่เศรษฐกิจ เช่น วัฒนธรรม การท่องเที่ยว และการศึกษา ตลอดจนการช่วยเหลือเพื่อให้เกิดการพัฒนาในประเทศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และด้านสันติภาพ (Peace) ในแง่ช่วยลดความรุนแรงและลดความเสี่ยงที่จะเกิดความขัดแย้งในทะเลจีนใต้ จนอาจนำไปสู่การรบโดยใช้อาวุธ

อย่างไรก็ดี เพื่อให้ยุทธศาสตร์นี้สัมฤทธิ์ผลทางการจีนควรมีความชัดเจนและมีมาตรการที่เป็นรูปธรรมในการผลักดันแนวคิดเส้นทางสายไหมทางทะเลให้เกิดขึ้นได้จริง รวมทั้งแต่ละประเทศที่เกี่ยวข้องควรที่จะร่วมมือกันอย่างจริงจัง เช่น มีมาตรการทางเศรษฐกิจที่ชัดเจนในการขยายการค้า การลงทุน และการพัฒนาโครงการก่อสร้างสาธารณูปโภค มีระบบการขนส่งในการเชื่อมต่อท่าเรือสำคัญของแต่ละประเทศ การพัฒนาเครือข่ายท่าเรือที่ทันสมัย และการทำข้อตกลงทางทะเลร่วมกันเพื่ออำนวยความสะดวกและให้บริการเชื่อมโยงท่าเรือเหล่านั้น เป็นต้น

นอกจากนี้ รัฐบาลจีนควรที่จะผลักดันและนำเสนอโครงการแลกเปลี่ยนความร่วมมือทั้งหลายที่ไม่จำกัดเฉพาะด้านเศรษฐกิจ เช่น ด้านวัฒนธรรม การไปมาหาสู่ของประชาชน โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว หากเป็นไปได้ รัฐบาลจีนอาจจะหยิบยื่นนำใจด้วยมาตรการที่เป็นรูปธรรม เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่าเดินทางเข้าจีนให้กับประเทศที่อยู่ในกลุ่มความร่วมมือเส้นทางสายไหมทางทะเล เป็นต้น

ท่านผู้อ่านที่สนใจข้อมูล สามารถหาอ่านเพิ่มเติมได้ที่ www.vijaichina.com 



อุปสงค์สินค้าอัญมณี และเครื่องประดับในญี่ปุ่นขยายตัว ท่ามกลางเศรษฐกิจชะลอตัว



ภายหลังจากที่รัฐบาลญี่ปุ่นได้ประกาศปรับขึ้นภาษีการขายจากร้อยละ 5 เป็นร้อยละ 8 เมื่อต้นปี 2557 ที่ผ่านมา ส่งผลให้อุปสงค์การบริโภคทั้งสินค้าและบริการภายในประเทศลดน้อยลง และกระตุ้นให้ภาพรวมการเติบโตทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นเริ่มมีแนวโน้มชะลอตัวลง จนล่าสุดไอเอ็มเอฟได้ปรับลดคาดการณ์การขยายตัวเศรษฐกิจญี่ปุ่นเหลือร้อยละ 0.9 ในปีนี้ และร้อยละ 0.8 ในปี 2558

ด้วยจำนวนประชากรกว่า 127 ล้านคน มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงถึง 37,100 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี อีกทั้งญี่ปุ่นกำลังจะปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ด้วยการส่งเสริมให้สตรีทำงานนอกบ้านมากขึ้น จึงอาจมีผลให้พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น

อย่างไรก็ตาม ด้วยความที่สตรีญี่ปุ่นให้ความสำคัญต่อการแต่งกายที่ทันสมัยและนิยมสวมใส่เครื่องประดับ ประกอบกับมีอำนาจซื้อสูง ญี่ปุ่นจึงยังคงเป็นตลาดอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของโลก



ขณะเดียวกันชาวญี่ปุ่นส่วนมากเริ่มปรับตัวกับราคาสินค้าที่เพิ่มขึ้น ทำให้คาดว่าอุปสงค์ต่อการบริโภคสินค้าจะกลับมาในไม่ช้านี้ อีกทั้งแผนการปรับขึ้นภาษีการขายอีกรอบในปลายปีหน้านั้นจะช่วยผลักดันให้มีการนำเข้าสินค้าเพื่อเก็บสต็อกไว้ก่อนการขึ้นภาษี ในขณะที่กลุ่มเศรษฐกิจชาวญี่ปุ่นนั้นไม่ได้รับผลกระทบมากนัก และยังคงซื้อสินค้าหรูหราอย่างอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อเป็นการลงทุนและสะสมสินทรัพย์แม้ในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจชะลอตัว ฉะนั้นผู้ประกอบการไทยที่มองหาโอกาสขยายตลาดญี่ปุ่นในช่วงจังหวะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคกำลังหวนกลับมาอีกครั้ง ก่อนที่จะมีการขึ้นภาษีการขายอีกรอบ ก็ควรเร่งรุกเจาะตลาดนี้อย่างทันทั่วถึง

ปัจจัยกระตุ้นการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

ในปี 2556 มูลค่าการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในญี่ปุ่นขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 คิดเป็นมูลค่า 849.2 พันล้านเยน หรือเท่ากับ 8.70 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (อ้างอิงอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยปี 2556) และคาดการณ์ว่าในปี 2557 นี้ มูลค่าการค้าจะปรับสูงขึ้นอีกร้อยละ 3 หรือมีมูลค่าราว 874.68 พันล้านเยน หรือประมาณ 8.49 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (อ้างอิงอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 9 เดือนแรกของปี 2557) และจะมีมูลค่าเติบโตขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งในปี 2560 ซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่าการค้าสินค้านี้สูงกว่า 1 ล้านล้านเยน

**“ขณะเดียวกันชาวญี่ปุ่น
ยังมีประเพณี
ในการมอบของขวัญ
ให้แก่กันในโอกาสพิเศษต่างๆ
โดยเฉพาะเทศกาลคริสต์มาส
จะมียอดขายสูงสุด
เมื่อเทียบกับช่วงอื่นๆ ตลอดปี”**

ปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดญี่ปุ่นคึกคักขึ้นนอกเหนือจากความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้นจากนโยบายอาเบะโนมิกส์แล้ว ในช่วงก่อนเดือนเมษายนที่ผ่านมา ก็มีการเร่งซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยก่อนการปรับขึ้นภาษีการขาย นอกจากนี้ยังเป็นผลจากการกำลังซื้อของกลุ่มเศรษฐกิจชาวญี่ปุ่นที่มีฐานะดีมีความต้องการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับโดยเฉพาะสินค้าในระดับคุณภาพสูง หรือเป็นสินค้าแบรนด์เนมเพื่อสะสมสำหรับการลงทุนและยังเป็นการส่งต่อความมั่งคั่งไปยังลูกหลานรุ่นต่อไปอีกทางหนึ่ง เนื่องด้วยเห็นว่าอัญมณีทั้งเพชรและพลอยรูปร่างขนาดใหญ่หายากขึ้นทำให้ราคาสูงขึ้นมาก กอปรกับราคาทองคำในตลาดโลกก็ปรับตัวขึ้นมาอยู่ในระดับสูง



แบรนด์ Veretta 8 va

ขณะเดียวกันชาวญี่ปุ่นยังมีประเพณีในการมอบของขวัญให้แก่กันในโอกาสพิเศษต่างๆ โดยเฉพาะเทศกาลคริสต์มาสจะมียอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงอื่นๆ ตลอดปี รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติก็เข้ามาซื้อสินค้าในญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจากการที่ค่าเงินเยนอ่อนตัว ซึ่งรวมทั้งสินค้านอค้าอัญมณีและเครื่องประดับในญี่ปุ่นที่ราคาไม่สูงเท่ากับในอดีตตามทัศนคติของชาวต่างชาติอีกทั้งแผนการปรับเพิ่มภาษีการขายเป็นร้อยละ 10 ในเดือนตุลาคม

2558 นั้นจะเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายหรือการนำเข้าสินค้าเพื่อนำไปเก็บสต็อกในประเทศก่อนการขึ้นภาษีอีกรอบ

“สินค้าที่ครองใจผู้บริโภค

ในตลาดเครื่องประดับ

และอัญมณีมากที่สุดก็คือ

เครื่องประดับทอง

ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาด

มากถึงร้อยละ 35

โดยเฉพาะเครื่องประดับทองขาว

ตกแต่งอัญมณี”

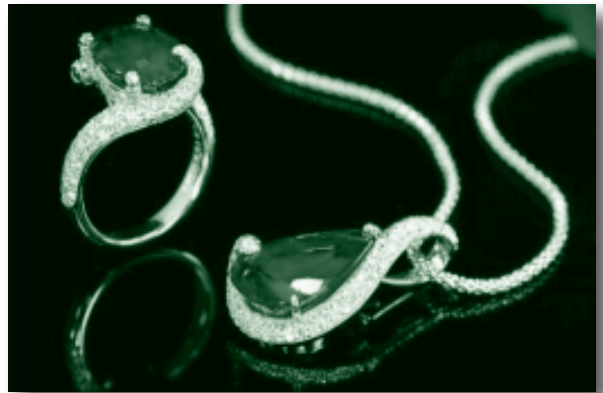
พฤติกรรมผู้บริโภคญี่ปุ่น

สินค้าที่ครองใจผู้บริโภคในตลาดเครื่องประดับและอัญมณีมากที่สุดก็คือ เครื่องประดับทอง ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดมากถึงร้อยละ 35 โดยเฉพาะเครื่องประดับทองขาวตกแต่งอัญมณี รองลงมาคือ เครื่องประดับพลอยหินในสัดส่วนร้อยละ 32 ซึ่งได้รับความนิยมใน



แบรนด์ Tasaki

สินค้าประเภทแหวนหมั้นและแหวนแต่งงานเป็นหลัก ขณะที่เทรนด์ความนิยมเครื่องประดับทองสีชมพูที่กำลังมาแรงในปีนี้เป็นกัน ทำให้บางแบรนด์หันมาเน้นนวัตกรรมการผลิตสินค้ารูปแบบใหม่ๆ กันมากขึ้น อาทิ แบรนด์ Tasaki ที่นำเสนอเครื่องประดับทองสีชมพูเจดชาคุระ ที่เรียกว่า Sakura Gold เพื่อสร้างจุดต่างและเรื่องราวให้กับตัวสินค้าขณะที่เครื่องประดับเงินชุบทองหรือเครื่องประดับเงินประดับมุก พลอยเนื้ออ่อนหรืออัญมณีสังเคราะห์ที่มีชิ้นงานขนาดเล็กในสนนราคาไม่สูงนักก็ได้รับความนิยมในตลาดมากขึ้น



แบรนด์ Hisa Collection

แม้ว่าชาวญี่ปุ่นส่วนมากจะยังคงนิยมเครื่องประดับตกแต่งเพชรหรือมุกเป็นหลัก แต่ปัจจุบันผู้บริโภคได้เล็งเห็นถึงคุณค่าและความงามของพลอยสีมากขึ้น เห็นได้ว่าในตลาดมีการวางจำหน่ายเครื่องประดับพลอยสีเป็นจำนวนมาก กอปรกับผู้ซื้อก็มีความต้องการเลือกซื้อพลอยสีคุณภาพสูงโดยเฉพาะทับทิม และแซปไฟร์ ซึ่งหากเป็นทับทิมสีแดงเลือดนกพิราบ (Pigeon's Blood Ruby) ไพลินสีรอยัลบลู (Royal Blue Sapphire) ไพลินสีคอร์นฟลาวเวอร์บลู (Cornflower Blue Sapphire) ก็จะสามารถตั้งระดับราคาขายได้เพิ่มสูงขึ้นซึ่งนอกจากหลายบริษัทจะนำเรื่องสีของอัญมณีมาเป็นจุดเด่นในการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าแล้ว ยังมีการบอกแหล่งที่มาของพลอยอีกด้วย



**“ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
ชาวญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญ
ในเรื่องคุณภาพมาตรฐาน
และการออกแบบสินค้ามากกว่าด้านราคา
เน้นการสวมใส่เครื่องประดับ
ตามไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน”**

อย่างไรก็ดี ชิ้นงานเครื่องประดับที่วางจำหน่ายในตลาดนี้ส่วนมากจะมีขนาดเล็ก ไม่ใหญ่นัก เน้นสไตล์เรียบโก้หรู หรือสวยงามมีเอกลักษณ์สะท้อนรสนิยมเฉพาะตัว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพมาตรฐานและการออกแบบสินค้ามากกว่าด้านราคา เน้นการสวมใส่เครื่องประดับตามไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน และหากเป็นแบรนด์สินค้าก็จะมีค่าน่าเชื่อถือมากกว่า เนื่องจากยากในการตรวจสอบสินค้าด้วยตนเอง อีกทั้งผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นยังชอบติดตามกระแสเทรนด์เครื่องประดับตามสื่อ นิตยสาร รวมถึงเครื่องประดับที่บรรดาคนดังและ นักแสดงสวมใส่กันด้วย แฟชั่นจึงเป็นปัจจัยประการหนึ่ง ที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ขณะที่ชื่อเสียงของแบรนด์ก็ถือเป็นสิ่งสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของ ชาวญี่ปุ่นเช่นกัน

**“คนญี่ปุ่นยังนิยมซื้ออัญมณีและ
เครื่องประดับตามห้างสรรพสินค้า
ซึ่งถือเป็นช่องทางที่สร้างยอดขาย
ในสัดส่วนราวครึ่งหนึ่งของมูลค่า
การค้าในประเทศ”**

นอกจากนี้ คนญี่ปุ่นยังนิยมซื้ออัญมณีและเครื่องประดับตามห้างสรรพสินค้าซึ่งถือเป็นช่องทางที่สร้างยอดขายในสัดส่วนราวครึ่งหนึ่งของมูลค่าการค้าในประเทศ โดยยอดค้าปลีกส่วนมากเป็นการครองตลาดของแบรนด์หรู High End ระดับโลก เช่น Cartier, Tiffany & Co., Van Cleef & Arpels, Piaget และ Bvlgari เป็นต้น ขณะที่แบรนด์ชั้นนำของญี่ปุ่นเองก็มีส่วนแบ่งในตลาดมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา โดยใช้กลยุทธ์เปิดร้านสาขาครอบคลุมพื้นที่หลายแห่งในทำเลต่างๆ ของเมืองใหญ่ ในช่วงนี้มีการเปิดสาขาใหม่ๆ มากมาย เช่น แบรนด์ Mikimoto, Tsutsumi, 4°C, Vétiré และ Tasaki รวมถึงมีการรับกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์และขยายฐานลูกค้าในวงกว้างมากขึ้น

แนวทางเจาะตลาดญี่ปุ่น

ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นที่นิยมสินค้าคุณภาพสูง เน้นดีไซน์ทันสมัย และความประณีตในการรังสรรค์ชิ้นงาน ให้ความเชื่อถือใจกับเครื่องประดับที่มีแบรนด์ จึงยินดีที่จะจ่ายในราคาแพงขึ้น แม้ช่วงเวลาเศรษฐกิจหดตัว กลุ่มผู้ที่มีฐานะร่ำรวยก็ยังนิยมซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับแบรนด์เนมราคาสูง ญี่ปุ่นจึงยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการส่งออกสินค้านี้ กอปรกับประเทศไทยนับเป็นแหล่งผลิตอัญมณีและเครื่องประดับคุณภาพดีในสายตาชาวญี่ปุ่นเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงเป็นโอกาสดีของผู้ประกอบการไทยที่จะขยาย

ตลาดในญี่ปุ่นโดยมุ่งเน้นสินค้าลักษณะดังกล่าวมากกว่าการแข่งขันด้านราคา ดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อระดับกลางถึงบนเป็นหลักด้วยการใช้อัณุมัติคุณภาพสูงมาออกแบบชิ้นงานในสไตล์ที่โดดเด่นแปลกใหม่ฉีกหนีจากความเรียบง่ายรูปแบบเก่าแก่น่ารักที่วางขายอยู่ในตลาดขณะนี้ นอกจากนี้การกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ซื้อที่ชัดเจน นำเสนอสินค้าตามเทรนด์ความนิยมของตลาด และวางช่องทางจำหน่ายที่เหมาะสม ตลอดจนพัฒนาคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ที่มีศักยภาพผ่านสื่อในหลายช่องทางเพื่อส่งเสริมแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น ล้วนเป็นสิ่งจำเป็นในการขยายตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในญี่ปุ่นให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

**“การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญ
ในญี่ปุ่น อาทิ งาน Japan Jewellery
Fair (JJF) ที่จัดขึ้นในเดือนสิงหาคม
เป็นประจำทุกปี ณ ศูนย์แสดงสินค้า
Tokyo Big Sight
Exhibition Center กรุงโตเกียว”**

สำหรับช่องทางการเข้าสู่ตลาดในเบื้องต้นเพื่อนำเสนอรูปแบบสินค้า แนะนำแบรนด์สินค้าของตนให้เป็นที่รู้จัก หรือดูกระแสตอบรับเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงดีไซน์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงสำรวจพฤติกรรมและความนิยมของผู้ซื้อในตลาด และแสวงหาคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจชาวญี่ปุ่นที่มีความเข้าใจถึงตลาดค้าปลีกในเชิงลึกเข้ามาช่วยในการทำตลาด และเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าก็คือ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญในญี่ปุ่น อาทิ งาน Japan Jewellery Fair (JJF) ที่จัดขึ้นในเดือนสิงหาคมเป็นประจำทุกปี ณ ศูนย์แสดงสินค้า Tokyo Big Sight Exhibition Center กรุงโตเกียว ซึ่งล่าสุดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 26 - 28 สิงหาคม 2557 นับเป็นการจัดงานครั้งที่ 22 ในงานนี้มีผู้เข้าร่วมชมงานถึง 13,860 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง ผู้ผลิตเครื่องประดับ และผู้นำเข้าที่มาเลือกซื้อหาสินค้าสำหรับเก็บสต็อกไว้จำหน่ายในเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ อันเป็นช่วงเวลาที่ยุปสงค์การบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ผู้ร่วมจัดแสดงสินค้านาว 420 รายจาก 15 ประเทศทั่วโลก



บรรยากาศภายในงานแสดงสินค้า Japan Jewellery Fair 2014

ส่วนงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับอื่นๆ ที่น่าสนใจในญี่ปุ่นได้แก่ งาน International Jewellery Tokyo (IJT) ที่จัดขึ้นในเดือนมกราคมเป็นประจำทุกปี และงาน International Jewellery Kobe (IJK) จัดขึ้นในเดือนพฤษภาคมของทุกปี โดยมีกำหนดจัดงานระหว่างวันที่ 13 - 15 พฤษภาคม 2558 (สืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมที่ www.git.or.th/gem)

**“ช่องทางหนึ่งในการนำเสนอสินค้า
โดยการติดต่อผู้จัดซื้อสินค้า
ในห้างสรรพสินค้าเพื่อวางจำหน่าย
ในเคาน์เตอร์โซนเครื่องประดับ
โดยจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์
สินค้าของคุณ”**

ขณะที่อีกช่องทางหนึ่งในการนำเสนอสินค้าในตลาดนี้หากคิดว่าจะมีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจแล้วก็

คือ การติดต่อผู้จัดซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าเพื่อวางจำหน่ายในเคาน์เตอร์โซนเครื่องประดับโดยจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์สินค้าของตน เนื่องด้วยห้างสรรพสินค้าเป็นแหล่งช้อปปิ้งที่ชาวญี่ปุ่นนิยมไปเลือกซื้อเครื่องประดับมากที่สุดจึงถือเป็นช่องทางในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยสะดวกอีกทางหนึ่ง เพื่อประเมินการตอบรับของตลาดว่ามีความสนใจในสินค้ามากน้อยเพียงใดก่อนที่จะวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจสำหรับขยายตลาดในวงกว้างต่อไป

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยที่สนใจรุกขยายตลาดไปจำหน่ายยังญี่ปุ่น ยังมีความได้เปรียบคู่แข่งในตลาดจากการทำความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย - ญี่ปุ่น (JTEPA) และความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอาเซียน - ญี่ปุ่น (AJCEP) ที่เอื้อประโยชน์ให้มีการยกเลิกภาษีนำเข้าสินค้านี้ระหว่างกัน อันจะเป็นการลดต้นทุนสินค้าและช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถตั้งระดับราคาจำหน่ายสินค้าในตลาดนี้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี 





3 เหตุผลของธนาคารโลก ที่นักธุรกิจควรไปลงทุนใน นิวซีแลนด์

นิวซีแลนด์เป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจและระบบการเมืองที่มีเสถียรภาพ และมีชื่อเสียงด้านทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ การคมนาคมขนส่ง และระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน รวมทั้งมีนโยบายการธนาคารและการเงินที่ดี ตลอดจนมีการอำนวยความสะดวกด้านการทำธุรกิจ ส่งผลให้นิวซีแลนด์เป็นหนึ่งในสถานที่ที่ดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ

นอกจากนี้ การลงทุนในนิวซีแลนด์ยังได้เปรียบในด้านผลประโยชน์จากการทำข้อตกลงทางการค้า (FTA) ที่นิวซีแลนด์ทำกับประเทศต่างๆ อาทิ ออสเตรเลีย ชิลี อาเซียน และยังมีข้อตกลงทางการค้าอื่นๆ ที่นิวซีแลนด์อยู่ระหว่างการเจรจา เช่น เบลารุส คาสัคสถาน ความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย - แปซิฟิก (TPP) สำหรับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการลงทุนในประเทศนี้ ได้แก่ พลังงานสะอาด อาหารและเครื่องดื่ม การลงทุนในกองทุนรวม อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง

เทคโนโลยีด้านข่าวสารและโทรคมนาคม ระบบสาธารณสุข ปลอดภัย น้ำมันและแร่ธาตุ ชีววิทยาศาสตร์ เป็นต้น

ด้านการลงทุนนั้น การลงทุนจากไทยในนิวซีแลนด์นั้นยังไม่น่ามากนัก โดยมากเป็นธุรกิจบริการ อาทิ ร้านอาหาร ร้านวดแผนไทยและสปา รวมทั้งบริษัทนำเข้า - ส่งออกขนาดเล็ก สำหรับกิจการขนาดใหญ่ การลงทุนของคนไทยยังมีน้อยมาก สำหรับการลงทุนจากนิวซีแลนด์มายังไทยยังมีไม่มากนักเช่นกัน แต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากนิวซีแลนด์มองว่าไทยเป็นประเทศที่มีที่ตั้งเป็นยุทธศาสตร์ของภูมิภาคเอเชีย รวมทั้งขนาดตลาด (Market Size) ที่เหมาะสม





**“ปัจจุบันสาขาการลงทุน
ที่นิวซีแลนด์
สนใจที่จะเข้ามาลงทุนในไทย
ได้แก่
เทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม
เทคโนโลยีด้านข้อมูลสุขภาพ
รวมถึงอุตสาหกรรมการผลิต
ที่มีมูลค่าสูง”**

ที่ผ่านมานักลงทุนชาวนิวซีแลนด์ได้เข้ามาเปิดธุรกิจหรือร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการไทยในกิจการต่างๆ หลายกิจการ เช่น Airs New Zealand, TT Aviation Co., Ltd. Australia and New Zealand Banking Group Ltd. (ANZ) Fisher and Paykel ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

ปัจจุบันสาขาการลงทุนที่นิวซีแลนด์สนใจที่จะเข้ามาลงทุนในไทย ได้แก่ เทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Technology) เทคโนโลยีด้านข้อมูลสุขภาพ (Health Information Technology) รวมถึงอุตสาหกรรมการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Manufacturing) เป็นต้น (อ้างอิงจาก www.thaiembassy.org)

**“จากการจัดอันดับในปี 2558
เรื่อง Doing Business
ของธนาคารโลกพบว่า
นิวซีแลนด์ได้รับการจัดอันดับ
อยู่ในอันดับที่ 1 จำนวนถึง 3 ตัวชี้วัด
กล่าวคือ การเริ่มต้นธุรกิจ การได้รับสินเชื่อ
และการคุ้มครองผู้ลงทุน
จากทั้งหมด 10 ตัวชี้วัด”**

ด้านการลงทุน ประเทศนิวซีแลนด์มีหน่วยงานชื่อ **New Zealand and Enterprise** เป็นหน่วยงานสำคัญที่นอกจากจะส่งเสริมการค้าและธุรกิจของนิวซีแลนด์แล้ว ยังให้ความช่วยเหลือนักลงทุนที่ประสงค์ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจในนิวซีแลนด์ทั้งในด้านสถานที่ที่นักลงทุนต้องการลงทุน ให้ความช่วยเหลือในกระบวนการการจัดตั้งธุรกิจใหม่ ลงทุนและร่วมงานกับบริษัทของนิวซีแลนด์ในการหาตลาดลงทุนต่อไปในประเทศที่สาม นอกจากนี้ สำหรับนักธุรกิจต่างชาติที่ทำธุรกิจกับนิวซีแลนด์ นิวซีแลนด์ยังมีกฎหมายผ่อนปรนกฎระเบียบด้านการตรวจคนเข้าเมืองเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนด้วย

จากการจัดอันดับในปี 2558 เรื่อง **Doing Business** ของธนาคารโลกพบว่านิวซีแลนด์ได้รับการจัดอันดับอยู่ในอันดับที่ 1 จำนวนถึง 3 ตัวชี้วัด กล่าวคือ การเริ่มต้นธุรกิจ การได้รับสินเชื่อ และการคุ้มครองผู้ลงทุน จากทั้งหมด 10 ตัวชี้วัด ที่ครอบคลุมตั้งแต่การเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจไปจนถึงการปิดกิจการ ได้แก่

1. การเริ่มต้นธุรกิจ (Starting a Business)
2. การขออนุญาตก่อสร้าง (Dealing with Construction Permits)
3. การขอติดตั้งระบบไฟฟ้า (Getting

Electricity)

4. การจดทะเบียนทรัพย์สิน (Registering Property)
5. การได้รับสินเชื่อ (Getting Credit)
6. การคุ้มครองผู้ลงทุน (Protecting Minority Investors)
7. การชำระภาษี (Paying Taxes)
8. การค้าระหว่างประเทศ (Trading Across Borders)
9. การบังคับตามสัญญา (Enforcing Contracts)

10. การปิดกิจการ (Resolving Insolvency)

โดยชนหน้าสิงคโปร์ที่ถึงแม้จะอยู่ในอันดับที่ 1 ในการจัดอันดับของธนาคารโลก ที่ได้รับการจัดอันดับว่ามีคะแนนสูงที่สุดจำนวน 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ การค้าระหว่างประเทศและการบังคับตามสัญญา

ในกรณีของนิวซีแลนด์นั้น ตัวชี้วัดแรกที่นิวซีแลนด์ได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในลำดับที่ 1 ก็คือ **การเริ่มต้นธุรกิจ** โดยธนาคารโลกได้เก็บข้อมูลจากขั้นตอนการดำเนินการจัดตั้งบริษัทโดยทั่วไป รวมถึงการเปิดดำเนินการของธุรกิจ ค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่ต้องเสียไประหว่างขั้นตอนดังกล่าว ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการแต่ละขั้นตอน รวมไปถึงต้นทุนอย่างต่ำที่ธุรกิจต้องมัดจำก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการจดทะเบียนบริษัทด้วย โดยหัวข้อนี้ นิวซีแลนด์ได้คะแนนถึงร้อยละ 99.96 ตามมาด้วยแคนาดา (ร้อยละ 98.82)



ตัวชี้วัดที่ 2 ได้แก่ การได้รับสินเชื่อ ธนาคารโลก

ได้ประเมินจากความสามารถของระบบการให้ข้อมูลด้านสินเชื่อ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้หลักประกันและล้มละลาย เนื่องจากหากประเทศเสริมสร้างความเข้มแข็งทางด้านสิทธิทางกฎหมายของทั้งผู้ให้ยืมและผู้ยืมภายใต้กฎหมายดังกล่าว กอปรกับขยายขอบเขตการครอบคลุมและการเข้าถึงข้อมูลของสินเชื่อแล้ว การขยายฐานการเข้าถึงสินเชื่อของธุรกิจก็จะง่ายขึ้น สำหรับนิวซีแลนด์นั้น ในการศึกษา Doing Business ปี 2556 นั้น นิวซีแลนด์เริ่มพัฒนาความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลด้านสินเชื่อ โดยอนุญาตให้หน่วยงานที่เก็บข้อมูลเครดิต หรือ Credit Bureau เก็บข้อมูลในเชิงบวกของปัจเจกบุคคล ขณะที่ในการสำรวจปี 2558 นั้น นิวซีแลนด์จะเพิ่มศักยภาพในการยกระดับความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลด้านสินเชื่อโดยให้ข้อมูลทั้งในเชิงบวกและลบ โดยการสำรวจครั้งนี้สำรวจจากทั้งหมด 1,010,000 บริษัทและรายปัจเจกบุคคลจำนวน 2,585,000 คน

และตัวชี้วัดสุดท้าย ได้แก่ การคุ้มครองผู้ลงทุน

ซึ่งจะส่งผลถึงความสามารถของบริษัทในการเพิ่มทุนด้านการเติบโต การคิดค้นนวัตกรรม การลงทุนที่หลากหลาย รวมถึงการแข่งขัน กล่าวคือกฎระเบียบที่ดีต้องมีประสิทธิภาพ มีการประกาศกฎหมายที่ชัดเจนและโปร่งใส อันจะโยงไปถึงการเกี่ยวข้องของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการตัดสินใจเรื่องสำคัญของธุรกิจ รวมถึงการตั้งมาตรฐานด้านความไว้วางใจให้แก่บุคลากรภายในบริษัทด้วย สำหรับการวัดผลจากตัวชี้วัดนี้ Doing Business วัดจากการคุ้มครองนักลงทุนจากความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ รวมถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นในการทำบัญชีการ โดยนิวซีแลนด์ได้รับให้จัดอยู่ในอันดับที่ 1 ของทั้งหมด 189 ทั่วโลก มีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 81.67 



น้ำผึ้งมานูก้า...ของฝากชั้นดี จากนิวซีแลนด์

ไปนิวซีแลนด์ทั้งทีก็กลับมาต้องมีของฝาก คิดแล้วคิดอีกว่าจะมีอะไรที่ดูน่าสนใจว่าการซื้อขนแกะและผลิตภัณฑ์จากแกะ เช่น สีนํ้าจํ้าพวงลาโนลินหรือครีมเชิร์มที่ทำจากรกแกะบ้างไหม สีนํ้าประเภทไม้แกะสลักของชาวเมารีก็ดูจะยากในการแพ็คใส่กระเป๋ากลับบ้านในจำนวนที่หลายๆ หรือสินค้านํ้าจํ้าพวงหินสีเขียว (Greenstone) ซึ่งบางทีก็เรียกว่าหยก หรือมีชื่อเรียกอื่นๆ เป็นภาษาเมารีว่า “ปอว์นามู (Pounamu)” ก็อาจจะราคาสูงไปนิดสำหรับเป็นของฝากจำนวนมาก

“ที่ว่าน้ำผึ้งมานูก้า มีประโยชน์มากที่สุดนั้นก็เพราะว่าเติบโตในประเทศนิวซีแลนด์ ดินแดนที่ปลอดภัยจากมลพิษและสารพิษ ไม่มีการใช้สารเคมีในบริเวณเพาะปลูก”

สุดท้ายก็มาลงตัวกับน้ำผึ้ง...ใช่ละ น้ำผึ้งที่มีชื่อเสียงโดยเฉพาะน้ำผึ้งมานูก้า (Manuka Honey) ซึ่งได้รับการขนานนามว่าเป็นน้ำผึ้งที่ดีที่สุดในโลก หรือเป็นราชินีแห่งน้ำผึ้งเลยก็ว่าได้ น้ำผึ้งชนิดนี้ทำมาจากดอกมานูก้า หรือต้นชานันเอง ต้นชานันมีลักษณะลำต้นเป็นพุ่มเตี้ย สูงประมาณ 2 - 5 เมตร ดอกมีลักษณะ 5 กลีบและไม่มีหนาม ที่ว่าน้ำผึ้งมานูก้ามีประโยชน์มากที่สุดนั้นก็เพราะว่าเติบโตในประเทศนิวซีแลนด์ ดินแดนที่ปลอดภัยจากมลพิษและสารพิษ ไม่มีการใช้สารเคมี





ในบริเวณเพาะปลูก จึงทำให้น้ำผึ้งมานูก้ามีความโดดเด่นในเรื่องคุณสมบัติที่ดีต่อสุขภาพ รสชาติที่หอมหวาน กลมกล่อมและละมุนลิ้น กลิ่นหอมหวานซึ่งเป็นเอกลักษณ์ และที่สำคัญคือ มีเอนไซม์ที่มีคุณสมบัติต้านเชื้อแบคทีเรีย และสารต้านอนุมูลอิสระสูงกว่าน้ำผึ้งประเภทอื่น

แต่ที่เลิกไปก่อนหน้านี้ ปัจจุบันมีการเก็บน้ำผึ้งจากฟุ่มนานูก้า ซึ่งเติบโตตามธรรมชาติในนิวซีแลนด์ ที่มีคุณสมบัติชั้นดีในการรักษาผิว มีสาร Anti - Bacteria ที่นักวิทยาศาสตร์เรียกว่า Unique Manuka Factor (UMF) ซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษที่ไม่ได้พบในน้ำผึ้ง

มานูก้าทั่วไป โดยน้ำผึ้งมานูก้าชนิดพรีเมียมนี้ มีปริมาณสารต่อต้านอนุมูลอิสระมากกว่าน้ำผึ้งชนิดอื่นๆ เพิ่มความต้านทานและสามารถซึมลึกเข้าสู่ผิวได้ง่าย ช่วยให้เกิดความชุ่มชื้น เพิ่มความอ่อนเยาว์ ความยืดหยุ่น และลดรอยเหี่ยวย่นให้แก่ผิว อีกทั้งยังมีคุณสมบัติในการรักษาสิว จุดต่างดำและโรคผิวหนัง อาทิ โรคกลาก เริ่อกวาง และสะเก็ดเงิน เนื่องจากมีเอนไซม์ที่ผลิตไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ ซึ่งเป็นเสมือนยาฆ่าเชื้อโรค หากรับประทานอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้ระบบการฟื้นฟูตามธรรมชาติของร่างกายดีขึ้นอีกด้วย

สำหรับสนนราคาของน้ำผึ้งมานูก้านั้นก็มียหลายราคาขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ และแหล่งที่มาของน้ำผึ้งมานูก้า รวมถึงส่วนผสมที่เพิ่มเข้าไปในน้ำผึ้ง ดังนั้นควรหาหน้า หากใครไปนิวซีแลนด์ น้ำผึ้งมานูก้าอาจเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถซื้อเป็นของฝากติดไม้ติดมือมาฝากคนที่บ้าน รับรองว่าต้องถูกใจผู้รับแน่นอนค่ะ 🍯

ที่มาข้อมูล

<http://www.neutron.rmutphysics.com/>





จักรยาน ปรากฎการณั "ร้อนแรง" แห่งปี

พาหนะชนิดหนึ่ง ที่คำว่า “พาหนะประหยัดพลังงาน” จะเป็นการยกย่องพาหนะชนิดนี้น้อยเกินไปด้วยซ้ำ เพราะพาหนะชนิดนี้ทำได้มากกว่าคำว่า “ประหยัดพลังงาน” โดยเป็นพาหนะที่รบกวนสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด รวมทั้งตอนนี้นำพาหนะชนิดนี้ยังถือว่าเป็นกระแสที่ร้อนแรงที่สุดแห่งปีก็ว่าได้ ท่านผู้อ่านคงสงสัยแล้วใช่ไหมครับว่า พาหนะที่ว่าเป็นอะไร

จักรยานมีใช้ไปไทยตั้งแต่เมื่อไหร่

ท่ามกลางความแออัดของการจราจรบนถนนทุกสายของกรุงเทพฯ ภาพของคนใช้จักรยานที่เข้ามาร่วมทางด้วยมีให้เห็นเพิ่มมากขึ้นทุกวันๆ พาหนะที่ผู้เขียนให้นิยามว่า เป็นพาหนะที่รบกวนสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และเป็นกระแสการใช้ที่ร้อนแรงที่สุด คือ “จักรยาน” นั่นเอง

จักรยานคันแรกได้สร้างขึ้นในทวีปยุโรป วัตถุประสงค์เริ่มแรก จนมาถึงปัจจุบันก็ยังไม่เปลี่ยนแปลงคือ ความต้องการเดินทางให้เร็ว โดยเปลืองแรงน้อยที่สุด ซึ่งรูปแบบจักรยานในช่วงแรกๆ จะมีหน้าตาที่แตกต่างจากจักรยานในปัจจุบันอยู่พอสมควร จนกระทั่งในปี 2408 Pierre Michaux และ Pierre Lallement ได้ประดิษฐ์จักรยานขึ้นใหม่ โดยมีบันไดถีบเหมือนจักรยานในปัจจุบัน และมีสายโซ่โยงไปยังเพลาล้อหลัง ทำให้เวลาเคลื่อนที่จะสะดวกขึ้น และเมื่อถึงปี 2441 มีผู้ออกแบบให้รมีล้อหน้าและล้อหลัง จนในที่สุดจักรยานก็มีรูปร่างเหมือนในปัจจุบันที่เราใช้กันอยู่



หลังจากพัฒนารูปร่างเพื่อให้ง่ายแก่การใช้งานแล้ว ประชาชนในยุโรปยังมีความนิยมใช้จักรยานมากขึ้น ทำให้มีผู้ผลิตจักรยานในยุโรปเกิดขึ้นอย่างมากมาย จนสามารถผลิตและส่งออกไปยังทั่วโลกในเวลานั้นได้

“จนกระทั่งในปี 2442 จักรยานเริ่มเป็นที่รู้จักในประเทศไทย มีการประชุมจักรยานเป็นครั้งแรก ที่วังบูรพาภิรมย์”

ในปี 2428 ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นการใช้จักรยานในประเทศไทย โดยในช่วงนั้นมีชาวต่างชาติเข้ามาเจริญสัมพันธไมตรีกับไทย ทำให้การคมนาคมเริ่มปรับเปลี่ยน มีการสร้างถนนรอบๆ พระบรมมหาราชวัง และมีการนำจักรยานมาใช้ในการออกกำลังกายและใช้เดินทางระยะใกล้ๆ จนกระทั่งในปี 2442 จักรยานเริ่มเป็นที่รู้จักในประเทศไทย มีการประชุมจักรยานเป็นครั้งแรกที่วังบูรพาภิรมย์ เนื่องในโอกาสที่กรมหลวงพิษณุโลกประชานาถ เสด็จกลับจากยุโรป พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จพระราชดำเนินเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2442 มีการฝึกหัดขี่จักรยานในวัง และการประกวดแฟนซีขี่จักรยาน เกิดสโมสรผู้ขี่จักรยาน เป็นยุคต้นของการค้าจักรยาน แต่เนื่องจากมีราคาสูง จึงแพร่หลายเพียงในหมู่เจ้านายชั้นสูง ทูต ตัวแทนการค้า วิศวกร และแพทย์ เท่านั้น ในปี 2446 ได้เริ่มมีพ่อค้าสั่งจักรยานมาจำหน่าย



เป็นครั้งแรกในประเทศไทย จำนวน 200 คัน จนได้รับความนิยมแพร่หลายในเวลาต่อมา จนในปี 2474 รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการใช้จักรยานจนต้องมีการออกระเบียบให้ผู้ขี่จักรยานต้องจดทะเบียนจักรยานเป็นพาหนะประเภทล้อเลื่อน โดยกำหนดให้ไปจดทะเบียนที่กรมทางหลวงแผ่นดิน ซึ่งมีผู้นำจักรยานไปจดทะเบียน 6,318 คัน และเพิ่มเป็น 11,867 คัน ในปี 2496

การจดทะเบียนจักรยานได้ดำเนินการมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง จนกระทั่งในวันที่ 1 มกราคม 2500 รัฐบาลออกกฎหมายให้งดเว้นการนำจักรยาน 2 ล้อ ไปจดทะเบียน แต่จักรยาน 3 ล้อขึ้นไป ยังต้องนำไปจดทะเบียน แต่สุดท้ายในวันที่ 1 มกราคม 2503 รัฐบาลให้ยกเลิกการจดทะเบียน และการใช้จักรยาน 3 ล้อขึ้นไป ในเขตจังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรี รวมทั้งรัฐบาลในสมัยนั้นกำลังจะเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกในปี 2504 เน้นการสร้างเครือข่ายคมนาคมด้วยการสร้างถนนเพื่อรองรับรถยนต์ และรถขนส่ง ทำให้ความนิยมใช้จักรยานเพื่อการเดินทางลดน้อยลงไป จักรยานจึงลดความสำคัญมาเป็นเพียงพาหนะที่ใช้เดินทางใกล้ๆ ในหมู่บ้าน หรือเป็นของเล่นสำหรับเด็กเท่านั้น

น้ำมันแพง เศรษฐกิจตกต่ำ ความไม่สบายใจ การกลับมาของความนิยมใช้จักรยาน

หากเราย้อนกลับไปดูวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา จะพบว่าราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นสูงเป็นต้นเหตุหนึ่งของการเกิดวิกฤติเศรษฐกิจโลกหลายครั้งที่ผ่านมา ได้แก่

- กรณีกลุ่มประเทศอาหรับระงับการส่งออกน้ำมัน ปี 2517 ทำให้ราคาน้ำมันโลกพุ่งสูงขึ้นร้อยละ 252 เมื่อเทียบกับปี 2516 ประเทศไทยในสมัยนั้นมีอัตราเงินเฟ้อสูงถึงร้อยละ 24.3 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจชะลอลงจากร้อยละ 10.0 เหลือเพียงร้อยละ 4.5
- กรณีเหตุการณ์ปฏิวัติอิหร่าน ปี 2522 และสงครามอิรัก - อิหร่าน ปี 2523 ราคาน้ำมันโลกพุ่งขึ้น

กว่าร้อยละ 150 อัตราเงินเฟ้อของไทยสูงร้อยละ 9.9 ในปี 2522 และร้อยละ 19.7 ในปี 2523 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจต่ำลงมาที่ร้อยละ 5.2 ในปี 2522 และร้อยละ 4.6 ในปี 2523 จากที่เคยขยายตัวร้อยละ 9.9 ในปี 2521

- สงครามอ่าวเปอร์เซีย ปี 2533 สงครามดังกล่าวทำให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวชะลอลงมาที่ร้อยละ 8.6 ในปี 2534 จากที่เคยโตเป็นตัวเลข 2 หลักมาตลอดหลายปีก่อนหน้านั้น

“เมื่อเกิดวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งแรก ทำให้เกิดการกระตุ้นความรู้สึก และความสำคัญของราคาพลังงาน ของคนทั่วโลกด้วย”

ก่อนหน้าเหตุการณ์ทั้ง 3 ข้างต้น ความนิยมใช้จักรยานลดลงมาเรื่อยๆ เพราะคนหันไปขับรถยนต์ซึ่งเป็นพาหนะที่มีความเร็ว ความสะดวกคล่องตัว แต่เมื่อเกิดวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งแรก ทำให้เกิดการกระตุ้นความรู้สึกและความสำคัญของราคาพลังงานของคนทั้งโลกด้วย เพราะราคาน้ำมันพุ่งขึ้นสูงมาก ส่งผลกระทบต่อประชาชน จึงทำให้ประชาชนบางส่วนเริ่มเรียนรู้ และเริ่มเห็นถึงความสำคัญของพาหนะที่เคยนิยมใช้กันมาในอดีตคือ “จักรยาน”

ในประเทศไทย เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2534 เกิดการรวมตัวของกลุ่มเรียกร้องให้การใช้จักรยานเป็นทางเลือกในการแก้ปัญหาจราจร มลพิษ และพลังงาน โดยกลุ่มคนประมาณ 40 คน ได้ปั่นจักรยานรณรงค์ไปตามถนนในกรุงเทพฯ เป็นครั้งแรก เพื่อให้สังคมไทยหันกลับมาสนใจการใช้จักรยานกันใหม่อีกครั้ง ต่อมาได้มีประชาชนสนใจเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นชุมชนชาวจักรยานในสังคมไทย ในชื่อ **“ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย”** และมี



การขยายายเป็นสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทยเมื่อ 2 กันยายน 2552 ซึ่งสมาคมฯ ดังกล่าวก็ยังมีกิจกรรมต่อเนื่องมาอย่างสม่ำเสมอจนถึงทุกวันนี้

สำหรับเหตุการณ์ล่าสุดที่อาจจะเป็นจุดเริ่มต้นของความนิยมใช้จักรยานในประเทศไทยคือ ในปี 2547 ราคาน้ำมันโลกสูงต่อเนื่อง รัฐบาลในสมัยนั้นต้องออกมาตรการตรึงราคาขายปลีกน้ำมัน โดยนำเงินจากกองทุนน้ำมันฯ มาชดเชยราคา ซึ่งได้ดำเนินการด้วยวิธีดังกล่าวจนถึงเดือนกรกฎาคม 2548 ทำให้เกิดหนี้กว่า 90,000 ล้านบาท รัฐบาลต่อมาในปี 2550 - 2551 ต้องมีการเรียกเก็บเงินเข้ากองทุนฯ และนำไปชำระหนี้ได้หมดใน ช่วงต้นปี 2551 ทำให้ราคาขายปลีกแพงใกล้เคียงตลาดโลก ซึ่งเป็นปัจจัยบวกที่เร่งให้ผู้ใช้จักรยานมากขึ้นจนถึงทุกวันนี้ รวมถึงกระแสการรักษาสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย ก็เป็นตัวเร่งหนึ่งที่ทำให้มีการใช้จักรยานมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ดังนั้นปัญหาน้ำมันแพง จึงมีส่วนให้คนในสังคมหันกลับมาใช้จักรยานกันอีกครั้ง ประกอบกับกระแส “กรีน” ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง ช่วยกระพือ “โลก” ของจักรยานให้แรงขึ้น เพียงระยะสิบปี คือ ตั้งแต่ปี 2516 - 2526 ความต้องการจักรยานทั่วโลกเพิ่มจาก 52 ล้านคัน เป็น 74 ล้านคัน และในปี 2543 ประเทศต่างๆ ผลิตจักรยานได้ถึง 101 ล้านคัน จนปัจจุบันความต้องการใช้จักรยานทั่วโลกมีมากกว่า 700 ล้านคันต่อปีแล้ว



กระแสนปั่นจักรยาน กระแสหมื่นล้าน!!

ตั้งแต่ช่วงปี 2556 เป็นต้นมา จักรยานกลายเป็นปรากฏการณ์ที่ “ร้อนแรง” สำหรับธุรกิจ มีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายจักรยานยี่ห้อดังจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยมากขึ้น มีการเพิ่มพื้นที่การขายจักรยานตามห้างสรรพสินค้า จนเป็นที่สังเกตได้ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่ากิจกรรม “CSR” มากขึ้นทั้งในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

**“นักวิเคราะห์การตลาด
มีความเห็นเกี่ยวกับตลาดจักรยานในไทย
ซึ่งตรงกับความเห็นของผู้ประกอบการ
จำหน่ายจักรยานว่า มูลค่ารวม
ของธุรกิจจักรยานในปัจจุบันคาดว่าจะ
จะมีมูลค่าสูงถึงหมื่นล้านบาท”**

นอกจากนั้น ยังมีบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง หรือแม้กระทั่งนักการเมือง หันมาขี่จักรยานออกสื่อ โดยเฉพาะสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คกันมากขึ้น ทำให้กระแสความนิยมใช้จักรยานเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก

นักวิเคราะห์การตลาด มีความเห็นเกี่ยวกับตลาดจักรยานในไทย ซึ่งตรงกับความเห็นของผู้ประกอบการจำหน่ายจักรยานว่า มูลค่ารวมของธุรกิจจักรยานในปัจจุบันคาดว่าจะจะมีมูลค่าสูงถึงหมื่นล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าที่นับรวมถึงมูลค่าจักรยาน อุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายด้วย ซึ่งเฉพาะมูลค่าจักรยานที่นำเข้ามาจำหน่าย ก็มียอดขายรวมในปีที่ผ่านมาสูงถึง 5 พันล้านบาทแล้ว และคาดว่าตลาดจักรยานในประเทศยังอยู่ในช่วงเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป โดยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 15 - 20

อัตราการเติบโตที่สูงของจักรยานในไทย มาจากการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของสังคมเมือง ซึ่งวิเคราะห์ได้จาก 2 กลุ่มหลัก คือ

- **กลุ่มรักสุขภาพ** ที่ต้องการออกกำลังกาย ต้องการเล่นกีฬา เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และที่ต้องการสูงสุดในช่วงนี้คือ เพื่อการลดน้ำหนัก
- **กลุ่มใช้เป็นพาหนะเดินทาง** ในชีวิตประจำวัน ซึ่งกลุ่มนี้มีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมากในช่วง 1 - 2 ปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้แล้ว ยังมีอีก 2 กลุ่มที่กำลังเป็นที่จับตามองว่า จะเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตสูงในอนาคตหนึ่งใน 2 กลุ่มใหม่คือ กลุ่มวัยรุ่น และผู้หญิง ที่ทุกวันนี้หันมาใช้จักรยานมากขึ้น ส่วนอีกกลุ่มที่น่าสนใจคือ กลุ่มใช้จักรยานเพื่อธุรกิจหรือที่เรียกว่า **“ไบค์เซ็นเจอร์”** ซึ่งเป็นกลุ่มที่นำจักรยานมาใช้ในการทำธุรกิจ โดยเป็นการรับส่ง - เอกสารในพื้นที่กรุงเทพฯ ด้วยรถจักรยาน

“ไบค์เซ็นเจอร์” อาจดูเป็นเรื่องใหม่ในไทย แต่ในต่างประเทศมีมานานแล้ว เช่น ในมหานครนิวยอร์ก แอลเอ หรือชิคาโก เป็นต้น โดยแต่ละปีบริษัท “ไบชีเคิลแมสเซนเจอร์” ในมหานครนิวยอร์ก ทำรายได้เป็นมูลค่า 700 ล้านเหรียญ หรือ 27,000 ล้านบาท ซึ่งนับว่าไม่น้อยเลยทีเดียว และสำหรับประเทศไทย ปัจจุบันได้มีผู้ดำเนินธุรกิจ **“ไบค์เซ็นเจอร์”** โดยได้ดำเนินการมา

เป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว ประสบความสำเร็จ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า จนสามารถตั้งเป็นบริษัทและมีรูปแบบการรับการทำงานแบบเมตเชอร์อย่างแท้จริง

ทั้งหมดนี้ เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้มูลค่าจักรยานในไทยมีมูลค่าเป็นหมื่นล้านบาท ซึ่งไม่ใช่เรื่องเล่นเลย

นโยบายสนับสนุนการใช้จักรยานทั่วโลก

นโยบายสนับสนุนการใช้จักรยานในประเทศไทย อาจจะยังไม่เด่นชัดมากนัก แต่ในต่างประเทศ มีหลายประเทศที่สนับสนุนให้ใช้จักรยานเป็นพาหนะในการเดินทาง เช่น

- **อังกฤษ** มีการตั้งเป้าให้ประชาชนหันมาใช้จักรยานภายในชุมชนให้มากขึ้น มีการศึกษาวางแผนสร้างเส้นทางจักรยานเพื่อเชื่อมโครงข่ายระหว่างบ้าน ไปยังสำนักงาน โรงเรียน โบสถ์ และแหล่งท่องเที่ยวบางชุมชน เช่น สภาชุมชน “อ็อกซ์ฟอร์ดเชียร์” ได้กำหนดแผนสนับสนุนให้ชาวเมืองใช้จักรยานภายในชุมชนเพิ่มขึ้นจากปี 2536 มาจนถึงปี 2544 ถึงร้อยละ 50 ถนนภายในเมืองอ็อกซ์ฟอร์ดเชียร์ มีเส้นทางจักรยานควบขนานกับทางเดินเท้า ถนนไฮเวย์ถูกกำหนดให้มีทางจักรยานด้วย

- **สหรัฐอเมริกา** ก็มีนโยบายสนับสนุนใช้เส้นทางจักรยานด้วย เช่น ในนครชิคาโก รัฐอิลลินอยส์ มีการศึกษา “ไบค์เลน” อย่างละเอียดโดยจัดทำเป็นคู่มือการออกแบบทางจักรยานในทุกด้าน ตั้งแต่การกำหนดมาตรฐานของทางสำหรับจักรยาน ว่าควรจะมี ความกว้างเท่าไรจึงจะเหมาะสมกับพื้นที่ของถนน โดยไม่ทำให้เกิดปัญหาด้านการจราจร การกำหนดสถานที่จอดรถจักรยาน ทางเลี้ยวหรือทางเชื่อมต่อและการแบ่งพื้นที่เพื่อใช้ทางจักรยานร่วมกับรถโดยสารประจำทางที่กรุงสตอกโฮล์ม

- **สวีเดน** มีการสร้างทางจักรยานเชื่อมกับเส้นทางรถไฟ รถบัส เกือบทั่วประเทศ ปัจจุบัน ประชากรสวีเดนที่อาศัยอยู่ชานเมืองใช้จักรยานสูงถึงร้อยละ 20 เพื่อใช้

ในการเดินทางทำงานใกล้ หรือใช้จักรยานไปต่อรถไฟเข้าเมือง

- **เนเธอร์แลนด์** “เมืองจักรยานของโลก” มีเส้นทางจักรยานเชื่อมไปทุกชุมชน สถานีรถไฟในนครอัมสเตอร์ดัม มีอาคารจอดรถจักรยานสูงถึง 3 ชั้น โดยในวันทำงานจะมีคนจอดจักรยานเต็มทุกชั้น เส้นทางจักรยานในเนเธอร์แลนด์วัดรวมกันแล้วยาวถึง 19,000 กิโลเมตร

- **เยอรมนี** ถึงแม้ว่าจะเป็นเมืองแห่งอุตสาหกรรมรถยนต์ แต่ก็มีเส้นทางจักรยานเชื่อมทั่วประเทศกว่า 31,000 กิโลเมตร

นอกจากนั้น ในเวทีการเจรจาระหว่างรัฐมนตรีการค้าของสมาชิกองค์การการค้าโลก ที่กรุงโตเกียว ประเทศกาตาร์ เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2545 มีเสียงเรียกร้องให้สมาชิกพิจารณาสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรืออีอีพี (EPPs - Environmentally Preferable Products) และการบริการที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมว่าควรจะลดพิกัดภาษีศุลกากรหรือไม่ต้องคิดภาษี และยกเลิกการกีดกันสินค้าเหล่านี้ได้หรือไม่ ซึ่งต่อมาคือในปี 2547 โออีซีดี ร้องขอให้บรรดาสมาชิกโออีซีดีไปศึกษาถึงผลดีของอีอีพี โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ปรากฏว่าส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าสินค้าอีอีพีจะช่วยเพิ่มผลผลิตทางเศรษฐกิจและปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น โดยจักรยานเป็นหนึ่งในสามของสินค้าอีอีพี

องค์การการค้าโลก หรือ WTO เชื่อว่า จักรยานจะกลายเป็นสินค้าที่มีบทบาทสำคัญของโลกในอนาคต



ข้างหน้า เนื่องจากการขาดแคลนพลังงาน ความต้องการใช้พลังงานสะอาด และการเสริมสร้างสุขภาพของมนุษย์ ซึ่งจักรยานเป็นพาหนะที่สามารถรองรับเหตุผลนี้ได้ทั้งหมด

การผลิตจักรยานในประเทศไทย

จากที่กล่าวมาตั้งแต่ต้น จะเห็นว่ากระแสการใช้จักรยานกำลังเป็นที่นิยม ซึ่งไม่ใช่แต่เฉพาะประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นที่นิยมกันทั่วโลกก็ได้ ดังนั้นการผลิตจักรยาน จึงควรจะต้องเป็นอุตสาหกรรมที่น่าสนใจในอนาคต จึงอาจมีคำถามตามมาว่า ประเทศไทยมีสภาพเป็นผู้ผลิตจักรยานที่สำคัญของโลกเหมือนกับที่มีการยอมรับว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายสำคัญต้นๆ ของโลกได้หรือไม่ ซึ่งก่อนที่จะตอบคำถามดังกล่าว เรามาดูภาพรวมอุตสาหกรรมจักรยานไทยกันก่อน

ประเทศไทยสามารถผลิตจักรยานเองได้มาเกือบ 50 ปีแล้ว ซึ่งมีบริษัทผลิตจักรยานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอในช่วงแรกด้วย

**“สถานภาพการให้การส่งเสริมฯ จักรยาน
ในปัจจุบัน บีโอไอให้การส่งเสริมฯ
ในกิจการประเภท 3.4
กิจการผลิตเครื่องกีฬาหรือชิ้นส่วน
โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา
มีเพียง 2 โครงการเท่านั้น
ที่ได้รับการส่งเสริมฯ”**

แต่ปัจจุบันมูลค่าตลาดที่ว้าวหิ้นล้านข้างต้น ส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 70 เป็นการนำเข้าจักรยานมาจากต่างประเทศ เพื่อมาจำหน่ายในประเทศซึ่งเป็นที่น่าเสียดายเป็นอย่างยิ่ง

สถานภาพการให้การส่งเสริมฯ จักรยานในปัจจุบัน บีโอไอให้การส่งเสริมฯ ในกิจการประเภท 3.4 กิจการ

ผลิตเครื่องกีฬาหรือชิ้นส่วน โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีเพียง 2 โครงการเท่านั้น ที่ได้รับการส่งเสริมฯ จากบีโอไอ ซึ่ง 1 ใน 2 ราย เป็นยี่ห้อของไทยเราเอง แต่อย่างไรก็ตาม ก็มีผู้ผลิตจักรยานในไทยอีกรายที่ดำเนินการโดยไม่ได้ขอรับการส่งเสริมฯ หรือเป็นโครงการที่ได้รับบีโอไอ แต่สิ้นสุดสิทธิประโยชน์ไปนานแล้ว

ดังนั้นถึงแม้ว่าตลาดจักรยานทั้งในประเทศ และต่างประเทศ จะมีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างสูงในปัจจุบัน แต่ภาวการณ์ผลิตจักรยานของไทย ยังถือว่าน้อยมาก และคงเทียบกับศักยภาพหรือภาพรวมของการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยไม่ได้ แต่ผู้เขียนเองก็หวังว่าในอนาคตอันใกล้ คงจะได้มีโอกาสใช้จักรยานที่ออกแบบและผลิตในประเทศไทยเอง เพราะตลาดจักรยานในประเทศไทยทุกวันนี้อยู่ในภาวะที่เรียกว่า “ร้อนแรง” และมีมูลค่าตลาดเป็นหลักหมื่นล้าน คงจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการลงทุนอุตสาหกรรมผลิตจักรยานนี้เพิ่มขึ้นในอนาคตก็อาจเป็นไปได้ 🚲



ประเภทของจักรยาน

1. จักรยานเสือภูเขา (Mountain Bike หรือ MTB) เป็นรถที่ค่อนข้างลุย เหมาะสำหรับถนนที่อาจจะขรุขระ เป็นลูกรัง หรือขึ้นป่า เพื่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งเหมาะกับประเทศที่ยังไม่เจริญมากนัก บ้านเมืองกำลังพัฒนา เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน



2. จักรยานเสือหมอบ (Road Bike) มีอัตราการเติบโตเร็วมากในช่วง 4 - 5 ปีที่ผ่านมา เสือหมอบจะเป็นรถถนน เหมาะกับการปั่นถนนเรียบ เน้นความเร็ว ดังนั้นจึงเป็นที่นิยมสำหรับการขี่ในเมือง



3. จักรยานทัวร์ริง (Touring Bicycle) เน้นปั่นระยะทางไกลที่ต้องใช้เวลา นาน เหมาะกับการใช้งานเพื่อการท่องเที่ยว เพราะตัวรถมีความแข็งแรง และสามารถบรรทุกสิ่งของได้



4. จักรยานซิตี้ไบค์ (City Bikes) มักจะใช้ในเมือง และคนเริ่มเปลี่ยนเทรนด์มาขี่จักรยานมากขึ้น เป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตสูงมากในปัจจุบัน



5. จักรยานแบบพับได้ (Folding Bikes) มีเส้นท่อตรงสามารถพับเคลื่อนย้ายได้ง่าย ไปกับผู้ใช้งานได้ทุกที่





หน่วยงานราชการยุคใหม่ ได้ให้บริการรูปแบบใหม่
แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสะดวกและเข้าถึงบริการ
ได้ง่ายขึ้น ซึ่งเรียกบริการใหม่นี้ว่า e-Service หรือ
ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เพื่อบริการประชาชน
ในรูปแบบใหม่

“สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

(องค์การมหาชน)

หรือ อีจีเอ ได้จัดงาน

“e-Gov Day 2014

by EGA : e-Government

for All ชีวิตยุคใหม่

ขับเคลื่อนไปกับ

รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์”



สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
หรือ EGA ได้จัดงาน “e-Gov Day 2014 by EGA
: e-Government for All ชีวิตยุคใหม่ ขับเคลื่อน
ไปกับรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์” ซึ่งเป็นงานสัมมนาและ
นิทรรศการด้านบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ

หน่วยงานภาครัฐ ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เพื่อแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ในการอำนวยความสะดวก และการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ประชาชน

รูปแบบการจัดงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ งานสัมมนาวิชาการ ได้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มของระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในแง่การลงทุน กฎหมาย แนวทางปฏิบัติ รวมถึงเทคโนโลยี นอกจากนั้นยังครอบคลุมถึงผลของระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่จะทำให้อิทธิพลชีวิตของประชาชนในอนาคตอันใกล้เปลี่ยนไป ในส่วนที่ 2 เป็นนิทรรศการแบบ Government Interactive ซึ่งจะมีแอปพลิเคชันจากภาครัฐจำนวนมาก ทั้งในส่วนที่เป็น Beta หรือระบบทดลองที่ยังไม่เปิดเผยที่ใดมาก่อน และแอปพลิเคชันใหม่ๆ ที่เริ่มให้บริการแล้ว ทั้งในรูปแบบผ่านเว็บไซต์ ผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

บริการของ EGA นั้นถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสนับสนุน บูรณาการและยกระดับรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบงานต่างๆ ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาบริการใหม่ๆ ให้แก่ประชาชนมีความสะดวก ใช้งานง่าย ไม่ว่าจะเป็นระบบ GIN2.5 ซึ่งเป็นการบูรณาการโครงสร้างพื้นฐานด้านเครือข่ายรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมของประเทศ เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายของหน่วยงานภาครัฐที่มีอยู่และขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกส่วนราชการอย่างมั่นคงปลอดภัย รวมถึงมีการบูรณาการระบบบริการภาครัฐที่ส่วนราชการสามารถใช้งานร่วมกันได้ผ่านระบบ G-SaaS หรือ Government Software as a Service ที่ทำให้หน่วยงานภาครัฐสามารถเช่าใช้ซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว และประหยัดงบประมาณค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นการต่อยอดบริการคลาวด์ภาครัฐ หรือ G-Cloud ซึ่งในงานนี้จะมีการนำเสนอบริการใหม่เช่น ระบบประชุมทางไกลรุ่นประสิทธิภาพสูง และอื่นๆ ทั้งนี้ทุกๆ บริการ

ของ EGA นั้นมีบทบาทและกลไกเพื่อสนับสนุนการพัฒนาและยกระดับ e-Government ประเทศไทย



บริการ e-Government ของหน่วยงานภาครัฐ

เริ่มกันที่โครงการ **Public Safety** ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ที่ให้ความสำคัญกับการป้องกันอาชญากรรม การติดตามทรัพย์สินและอื่นๆ ซึ่งขณะนี้ได้พัฒนาโซลูชันติดตามรถยนต์ที่แจ้งสูญหายที่มีความทันสมัย มีความรวดเร็วในการติดตาม (Lost Car) ทางด้านกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยส่งโครงการ Smart ID มีแอปพลิเคชันใหม่ๆ เช่น แอปพลิเคชันทางด้านการตรวจสอบความถูกต้องของบัตรประจำตัวประชาชน การนำบัตรประจำตัวประชาชนอัจฉริยะ หรือ Smart Card ไปใช้บริการในภาครัฐอื่นๆ การแสดง Pin Code ที่มีความปลอดภัยสูงเพื่อยืนยันตัวตนและอื่นๆ รวมถึงการนำเสนอภาพในการเชื่อมต่อข้อมูลระหว่างกรมการปกครองและหน่วยงานอื่นๆ ในอนาคต พร้อมเปิดให้ประชาชนทำบัตรประจำตัวประชาชนใหม่ ภายใต้กิจกรรม “บัตรประชาชนเลือกหน้าได้”

ตามด้วยบริการ **Smart Transportation** ของกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม ที่นำบริการเปลี่ยนใบขับขี่ธรรมดาให้เป็น Smart Card นอกจากนี้

ยังได้นำเทคโนโลยี RFID ติดตามรถมาใส่ไว้ในป้ายภาษีที่ติดหน้ารถ ที่สามารถตรวจสอบเส้นทางเดินรถ ซึ่งก็ช่วยลดราย และสำหรับประชาชนที่สนใจสามารถขอป้ายภาษีอิเล็กทรอนิกส์นี้ได้ อีกทั้งสามารถใช้บริการต่อทะเบียนรถได้ภายในงานผ่านแอปพลิเคชัน และมาลองทำชุดข้อสอบใบขับขี่ผ่านตู้ Kiosk ก่อนไปสอบจริงกันได้อีกด้วย

ทางด้าน **โปรษณียไทยสงบริการธนาณไดออนไลน** เป็นกาใหบริการโอนเงินแบบไมตองใชบัญชีธนาการ ผูสงเพียงนาเงินไปสงที่โปรษณียที่ตันทาง แลวจะมีการแจงไปที่ผูรับใหไปรับเงินที่โปรษณียปลายทางไกลบ้านผูรับพรอมดวับบริการ Post e-Mart ซึ่งเปนโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งซื้อสินคาและชำระเงินที่างเพียงคลิก อีกทั้งจะเป็ดรับพรือออเดอร์สินคาโอทอปและผลไมสดทวประเทศไทยในงานอีกด้วย



**“ทางด้านกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
มาแนะนำแอปพลิเคชัน DBD e-Service
โปรแกรมตรวจสอบข้อมูลนิติบุคคล
และโปรแกรมใบรับรองจดทะเบียนการค้า
อิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถขอรับได้ที่
ธนาคารสาขาไกลบ้าน”**

ทางด้านกรมพัฒนาธุรกิจการค้ามาแนะนำแอปพลิเคชัน DBD e-Service โปรแกรมตรวจสอบข้อมูลนิติบุคคล และโปรแกรมใบรับรองจดทะเบียน



การค้าอิเล็กทรอนิกส์ (e-Certificate) ที่สามารถขอรับได้ที่ธนาคารสาขาไกลบ้าน นอกจากนี้ยังมีบริการ Data Warehouse ที่สามารถดูข้อมูลผลประกอบการของธุรกิจต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์กรมฯ และยังมีบริการ e-Filing ที่สามารถส่งงบดุลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อีกด้วย อีกทั้งยังสามารถดาวน์โหลดดิจิทัลอีบุ๊ก “บันทึกความภาคภูมิใจที่คนทั่วโลกยกย่องในพหุหลวงของปวงชนชาวไทย” โดยสำนักราชเลขาธิการ

และมารู้จักบริการ **GCC 1111 (ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน)** ของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งให้บริการข้อมูลภาครัฐทุกเรื่อง และเปิดรับข้อร้องเรียนพิเศษรวมถึงรับความคิดเห็นจากประชาชนในเรื่องของ e-Service โดยเฉพาะว่าอยากใหภาครัฐมีบริการอะไร มาส่งความเห็นกันได้ในงานพร้อมกับกิจกรรม “ถามเรื่องรัฐ ตอบได้” ตอบปัญหาทุกเรื่องเกี่ยวกับงานและการติดต่อราชการ โดยเปิดให้ประชาชนในงานร่วมถามคำถามที่อยากรู้เกี่ยวกับการติดต่อราชการ และสามารถเช็คสิทธิสำคัญๆ ที่ประชาชนควรรู้ ณ ลาน MF Paris ศูนย์การค้า Terminal 21 สถานีรถไฟฟ้า BTS อโศก



อย่างไรก็ตามในส่วนที่สองนี้ประชาชนและผู้เข้าร่วมงานจะได้เห็นภาพการนำระบบไอทีภาครัฐไปใช้บริการกับประชาชนจริงๆ ในมุมมองใหม่ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้มีบริการของ EGA เป็นพื้นฐานกลางต่อเชื่อมไปยังทุกบริการที่มีอยู่ และเชื่อว่าบริการเหล่านี้จะทำให้ระบบ e-Government ของไทยถูกยกระดับมากขึ้น พร้อมเตรียมรับการเปิดเสรีการค้าอาเซียนในปี 2558 ด้วย



ตัวอย่างความสำเร็จ e-Government

ระบบคลังข้อมูลธุรกิจ (Business Data Warehouse) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (Department of Business Development) เป็นอีกตัวอย่างความสำเร็จ

กรมฯ เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจโดยตรง ตั้งแต่การบริการจัดตั้งธุรกิจ การบริการข้อมูลธุรกิจ การพัฒนาส่งเสริมให้ธุรกิจเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้ และการสร้างธรรมาภิบาลธุรกิจเพื่อจัดระเบียบให้อื้อประโยชน์ต่อตัวธุรกิจ สังคม และประเทศชาติเป็นส่วนรวม

รวมทั้งกรมฯ ยังเป็นหน่วยงานให้บริการภาครัฐที่สำคัญหน่วยงานหนึ่งของประเทศที่ได้พัฒนางานบริการมาอย่างต่อเนื่อง นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการให้บริการ มีความทันสมัย รวดเร็ว ประหยัด กรมฯ จึงได้จัดทำ “คลังข้อมูลธุรกิจ” โดยมีเป้าหมายให้ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน ภาครัฐ รวมถึงประชาชนทั่วไป ได้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการตรวจสอบข้อมูล และวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ เช่น ต่อยอดธุรกิจ สร้างเครือข่าย ขยายการลงทุน ตลอดจนนำไปสู่การกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การให้บริการ “คลังข้อมูลธุรกิจ” เป็นระบบสารสนเทศที่รวบรวมข้อมูลทางทะเบียน ข้อมูลผลประกอบการและข้อมูลการถือครองหุ้นของนิติบุคคล ที่จดทะเบียนกับกรมฯ เข้าสู่คลังข้อมูลและนำมาประมวลผล

เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงและวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกได้ตรงตามความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำเสนอผ่านเว็บไซต์กรมฯ www.dbd.go.th > บริการออนไลน์ > คลังข้อมูลธุรกิจ ข้อมูลที่ให้บริการในระบบคลังข้อมูลธุรกิจประกอบด้วย

1. ข้อมูลทางทะเบียนนิติบุคคล

ข้อมูลนิติบุคคลที่กรมฯ มีอยู่ปัจจุบันประมาณ 1,100,000 ราย ซึ่งผู้ใช้งานสามารถค้นหาข้อมูลทางทะเบียนนิติบุคคลแต่ละราย โดยการเลือกในหัวข้อ “ค้นหาแบบง่าย” โดยผลลัพธ์ที่ได้จะแสดงรายละเอียดทางทะเบียนของนิติบุคคลแต่ละราย เช่น ชื่อนิติบุคคล ทุนจดทะเบียน สถานที่ตั้งนิติบุคคล สถานะบุคคล คณะกรรมการของนิติบุคคล และกรรมการลงชื่อผูกพันของนิติบุคคล เป็นต้น

2. ข้อมูลงบการเงิน

ผู้ใช้งานสามารถเลือกดูผลประกอบการของนิติบุคคลแต่ละรายที่สนใจ โดยการค้นหานิติบุคคลที่ต้องการจากหัวข้อ “ค้นหาแบบง่าย” จากนั้นเมื่อผลลัพธ์แสดงชื่อนิติบุคคลดังกล่าวแล้ว ให้คลิกที่ชื่อนิติบุคคลแล้วเลือกหัวข้อ “ข้อมูลเปรียบเทียบปีงบการเงิน” ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะแสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลประกอบการของนิติบุคคลย้อนหลัง 3 ปี ประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน และอัตราส่วนทางการเงิน

นอกจากนี้ ผู้ใช้งานยังสามารถดูงบการเงินของแต่ละประเภทธุรกิจ แบ่งตามขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ (SML) โดยเลือกหัวข้อ “ภาพรวมกลุ่มธุรกิจ”

3. ข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคล

เป็นการสืบค้นข้อมูลสถิติการจดทะเบียนนิติบุคคล จัดตั้งเลิกกิจการ คงอยู่ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถค้นหาข้อมูลได้โดยการเลือกหัวข้อ “สถิติการจดทะเบียน” ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะแสดงรายละเอียดสถิติการจดทะเบียน จัดตั้ง เลิกกิจการ การคงอยู่ของนิติบุคคลในแต่ละช่วงเวลา (รายเดือน รายไตรมาส และรายปี) รวมถึงแบ่งตามประเภทธุรกิจ และที่ตั้งตามภาค จังหวัด และอำเภอ

4. ข้อมูลการลงทุนตามสัญชาติ

เป็นการแสดงข้อมูลนิติบุคคลที่มีการลงทุนของสัญชาติต่างๆ ในประเทศไทย ซึ่งผู้ใช้งานสามารถค้นหาข้อมูล โดยการเลือกหัวข้อ “ข้อมูลการลงทุนตาม

สัญชาติ” ซึ่งสามารถเลือกแสดงผลลัพธ์ได้ทั้งในแง่มุมของสัญชาติใดสัญชาติหนึ่งที่ลงทุนในธุรกิจต่างๆ หรือในแง่มุมของธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งที่มีสัญชาติต่างๆ ร่วมลงทุน

5. ค้นหาคู่ค้าทางธุรกิจ

เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาผู้ประกอบการที่มีลักษณะเป็นแหล่งวัตถุดิบ/บริการ หรือลูกค้าที่ประกอบธุรกิจในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง จากฐานข้อมูลนิติบุคคลและงบการเงินที่กรมฯ มีอยู่ในปัจจุบัน

6. ค้นหาโอกาสทางธุรกิจ

เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถวิเคราะห์โอกาส/ความเสี่ยงในการลงทุนทำธุรกิจประเภทใดประเภทหนึ่งซึ่งตั้งอยู่ในแต่ละพื้นที่ที่สนใจลงทุน โดยวิเคราะห์จากผลประกอบการของธุรกิจประเภทเดียวกันที่ลงทุนอยู่ก่อนแล้ว 



คำถาม – คำตอบ เกี่ยวกับการใช้สิทธิและประโยชน์ หลังจากที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

1. การยื่นขอเปิดดำเนินการ จะต้องยื่นเมื่อใด

ตอบ การเปิดดำเนินการหมายถึง โครงการที่มีการลงทุน เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์หรือให้บริการตามที่ได้รับ การส่งเสริมฯ โดยมีกรรมวิธีการผลิตหรือขั้นตอน การให้บริการ สถานประกอบการ และสาระสำคัญ เป็นไปตามโครงการที่ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมฯ ซึ่งกำหนดวันเปิดดำเนินการจะระบุไว้ในเงื่อนไข ของบัตรส่งเสริม โดยบริษัทจะต้องยื่นเรื่อง ขออนุญาตเปิดดำเนินการ พร้อมเอกสารประกอบ มาที่สำนักบริหารการลงทุน 1 - 4 และเจ้าหน้าที่ ของสำนักงานฯ จะไปตรวจสอบที่สถานประกอบการ ของบริษัทอีกครั้งหนึ่ง

2. หากบริษัทไม่สามารถนำเครื่องจักรเข้ามาครบตาม โครงการ แต่ต้องการจะขอเปิดดำเนินการ ทำได้หรือไม่

ตอบ สามารถขอเปิดดำเนินการได้หากชนิดผลิตภัณฑ์ / ขอบข่ายการให้บริการ กรรมวิธีการผลิต/บริการ และสาระสำคัญอื่นๆ ยังคงเป็นไปตามเงื่อนไข ของการให้การส่งเสริมฯ โดยจะลดขนาดของโครงการ และปรับเปลี่ยนเงินลงทุนตามจำนวนเงินลงทุน โดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนที่แท้จริงในวัน เปิดดำเนินการ

3. กิจกรรมผลิตเม็ดพลาสติกชนิดรีไซเคิล สามารถใช้ เศษพลาสติกนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อใช้เป็น วัตถุดิบได้หรือไม่

ตอบ กิจกรรมผลิตพลาสติกชนิดรีไซเคิลต้องใช้เศษ พลาสติกในประเทศเท่านั้น ได้สิทธิประโยชน์ ในกลุ่ม A4

4. กิจกรรมผลิตกังหันลมเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า สามารถขอรับการส่งเสริมฯ ได้หรือไม่

ตอบ กังหันลมเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าสามารถขอรับ การส่งเสริมฯ ได้ในประเภทกิจการ 4.5.2 กิจการผลิตเครื่องจักร อุปกรณ์ หรือชิ้นส่วน ได้สิทธิประโยชน์ในกลุ่ม A3 โดยต้องมีการ ขึ้นรูปชิ้นส่วน และ/หรือ การออกแบบทาง วิศวกรรม แต่จะได้สิทธิประโยชน์ในกลุ่ม A4 หากมีเพียงขั้นตอนการประกอบตามที่คณะกรรมการฯ เห็นชอบ ในประเภทกิจการ 4.5.3 กิจการ ประกอบเครื่องจักร และ/หรือ อุปกรณ์เครื่องจักร

5. เว็บไซต์บีโอไอ สามารถตรวจสอบรายชื่อบริษัท ที่ได้รับการส่งเสริมฯ ได้หรือไม่

ตอบ ท่านสามารถตรวจสอบรายชื่อบริษัทที่ได้รับ การส่งเสริมฯ ในเว็บไซต์สำนักงานฯ ได้ 2 ช่องทาง
6.1 ไปที่เมนูบาร์ “บริการข้อมูลข่าวสาร” เลือก เมนูย่อย “ข่าวสาร” เลือกเมนูย่อย “โครงการอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน”
6.2 ไปที่เมนูบาร์ “บริการข้อมูลข่าวสาร” เลือก เมนูย่อย “ฐานข้อมูลบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมฯ”

6. การยื่น ตส.310 ต้องยื่นภายในวันที่เท่าไร

ตอบ สำหรับบริษัทที่ปิดรอบบัญชีวันที่ 31 ธันวาคม ต้องยื่นรายงานภายในวันที่ 31 กรกฎาคม ของ ปีถัดไป หากปิดรอบบัญชีภายหลังจากนั้น ให้ รายงานภายใน 7 เดือนหลังปิดรอบบัญชี หรือ รายงานภายหลังจากได้ยื่น ภงด.50 เรียบร้อยแล้ว โดยเข้าไปกรอกข้อมูลได้ที่ <https://boieservice.boigo.th/PM> กรณีนี้ที่กรอกข้อมูลไม่พอ ให้ออก เป็นเอกสารแนบและจัดส่งมาพร้อมรายงานฯ

7. เอกสารแนบที่ต้องใช้ยื่น ตส.310 มีอะไรบ้าง

ตอบ 1. งบการเงินล่าสุดที่รับรองโดยผู้ตรวจสอบบัญชี
2. สำเนาแบบ ภงด.50
3. สำเนาแบบ ภงด.1ก
4. สำเนารายชื่อผู้ถือหุ้น



โครงการอนุมัติให้การส่งเสริม การลงทุน เดือนกุมภาพันธ์ 2558

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
หมวด 1 เกษตรกรรม และผลิตผลทางการเกษตร						
1	ปิตธิฟู๊ดส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการรับจ้างแช่แข็ง 38,550 ตันสินค้า บริการรับฝากห้องเย็น 31,900 ตันสินค้า	1.19	195.00	124	สงขลา (เขต 3)
2	MR. SHANE UARVIS (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ขยายพันธุ์สัตว์หรือเลี้ยงสัตว์ ไข่ไก่ 64,240,000 ฟอง	1.5	106.40	21	เชียงราย (เขต 3)
3	นายชูเกียรติ อุตาสะ (หุ้นมาเลเซียทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ น้ำยางข้น 54,600 ตัน	1.16	75.00	88	สงขลา (เขต 3)
4	คิง เฟรช ฟาร์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	พืช ผัก ผลไม้ คัดคุณภาพ 1,700 ตัน	1.14	58.00	62	สมุทรสาคร (เขต 1)
5	ปาล์มธาดา จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบ 7.5 ผลปาล์มสดต่อชั่วโมง	1.12	24.80	34	ชุมพร (เขต 3)
6	บึงกาญจน์ พาราวัต จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เชื้อเพลิงชีวมวลอัด (BIOMASS PELLET) 19,200 ตัน	1.17	64.00	19	บึงกาฬ (เขต 3)
7	ยูเนี่ยนแสงทอง พาร์เทเนเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เชื้อเพลิงชีวมวลอัด (BIOMASS PELLET) 72,000 ตัน	1.17	12.00	52	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
8	ไต่รับเบอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ยางแท่ง 57,600 ตัน	1.16	95.00	172	ระยอง (เขต 2)
9	นายสรนันท์ นนทสวัสดิ์ศรี (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เชื้อเพลิงชีวมวลอัด (BIOMASS PELLET) 20,000 ตัน	1.17	53.00	34	สุราษฎร์ธานี (เขต 3)
10	วีจีเอฟ แพลนท์ 2 จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	เนื้อสัตว์เสียไปแช่แข็ง 360 ตัน	1.11	16.00	44	นครราชสีมา (เขต 3)
11	MR. LU SHUO (หุ้นจีนทั้งสิ้น)	ยางผสม 20,000 ตัน	1.16	49.65	21	เชียงราย (เขต 3)
12	เอกรัฐพัฒนา จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ก๊าซชีวภาพ 36,500,000 ลูกบาศก์เมตร	1.18	160.00	10	นครสวรรค์ (เขต 3)
13	ฉภาพ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการรับจ้างแช่แข็ง 10,800 ตันสินค้า บริการรับฝากห้องเย็น 4,370 ตันสินค้า	1.19	214.70	80	ปทุมธานี (เขต 1)
14	ยูโรเบียน สแนค ฟู้ด จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ขนมจากธัญพืช 3,200 ตัน	1.11	64.00	72	สมุทรปราการ (เขต 1)
15	บีโปรดักส์อินดัสตรี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำผึ้ง 2,400 ตัน เกสรผึ้ง 4 ตัน นมผึ้ง 2.4 ตัน	1.11	13.00	283	ลำพูน (เขต 3)
16	นิรมิตอุตสาหกรรม น้ำมันปาล์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบ 60 ตันผลปาล์มสดต่อชั่วโมง น้ำมันเมล็ดในปาล์ม 9,675 ตัน	1.12	420.00	59	ประจวบคีรีขันธ์ (เขต 3)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
17	เอสซีจี นิธิเร โลจิสติกส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการรับฝากห้องเย็น 9,000 ตันสินค้า บริการรถขนส่งห้องเย็น 14 คัน	1.19	412.00	38	สมุทรปราการ (เขต 1)
18	ท้อปควอลิตี้ โกลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นมาเลเซียทั้งสิ้น)	ถุงมือจากยางธรรมชาติ 1,822,080,000 ชิ้น	1.16	399.00	346	สงขลา (เขต 3)
19	นายพรชัย โตนิติวงศ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แป้งสาลี 133,000 ตัน	1.13	600.00	50	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
20	ยัมมิกซ์ จำกัด (ร่วมทุนไทย - สวีเดน)	สิ่งปรุงแต่งรสชาติ 3,500 ตัน (ยกเว้น การผลิตน้ำดื่มและไอศกรีม)	1.11	52.00	28	สมุทรปราการ (เขต 1)
21	นายสิปป คุ้มองค์ประภา (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องดื่มจาก พืช ผัก ผลไม้ บรรจุภาชนะผนึก 1,692,000 ลิตร	1.11	50.70	36	ราชบุรี (เขต 2)
22	โอเอพี อินเตอร์ฟู้ด จำกัด (ร่วมทุนไทย - จีน)	อาหารสำเร็จรูป เช่น แกงสำเร็จรูป 2,240 ตัน เบเกอรี่ 3,150 ตัน	1.11	83.40	235	สมุทรสาคร (เขต 1)
23	รัตนชัยกุล ฟาร์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	เลี้ยงไก่เนื้อ 1,970,400 ตัว	1.5	98.50	25	ลพบุรี (เขต 3)
24	นายประเสริฐ อุดมรัตนชัยกุล (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	เลี้ยงไก่เนื้อ 2,955,600 ตัว	1.5	146.00	37	ลพบุรี (เขต 3)
25	นางสาวเสาวภา งามเกตุสุข (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 3)	เลี้ยงไก่เนื้อ 1,970,400 ตัว	1.5	98.50	25	ลพบุรี (เขต 3)
26	นางสาวเสาวคนธ์ พุ่มวงศ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 4)	เลี้ยงไก่เนื้อ 1,400,000 ตัว	1.5	81.00	21	ลพบุรี (เขต 3)
27	นางสาวเสาวคนธ์ พุ่มวงศ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 5)	เลี้ยงไก่เนื้อ 1,400,000 ตัว	1.5	81.00	21	ลพบุรี (เขต 3)
28	นางสาวเสาวคนธ์ พุ่มวงศ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 6)	เลี้ยงไก่เนื้อ 1,400,000 ตัว	1.5	81.00	21	ลพบุรี (เขต 3)
29	ท่าฉาง (บางสะพาน) น้ำมันปาล์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มกึ่งบริสุทธิ์ 204,765 ตัน น้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ 71,667 ตัน	1.12	880.90	31	ประจวบคีรีขันธ์ (เขต 3)
30	ท่าฉาง (บางสะพาน) น้ำมันปาล์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไบโอดีเซล 145,500,000 ลิตร	1.18	700.00	24	ประจวบคีรีขันธ์ (เขต 3)
31	กรู๊นท์อาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - แคนาดา)	อาหารสัตว์ 576,000 ตัน	1.6	432.50	159	ชลบุรี (เขต 2)

หมวด 2 เหมือนแร่ เซรามิก และโลหะขั้นมูลฐาน

1	บิลเลียน เพาเวอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์โลหะ เช่น ตะแกรงลวดเหล็ก 37,000 ตัน	2.13 และ 4.3	200.00	35	ปราจีนบุรี (เขต 3)
2	นางสาวเข็มทอง แซ่เต็ง (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	กระจากนิริภัยเทมเปอร์ 1,575,270 ตารางฟุต	2.6	30.00	16	ลำพูน (เขต 3)
3	MR. DEEPAK KUMAR JAIN (ร่วมทุนอินเดีย - สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์)	COPPER WIRE ROD 9,600 ตัน COPPER WIRE BAR 2,400 ตัน COPPER WIRE 1,200 ตัน	2.17	140.80	77	ปราจีนบุรี (เขต 3)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
หมวด 3 อุตสาหกรรมเบา						
1	เอ็กซา ซีแลม จำกัด (ร่วมทุนไทย - เนเธอร์แลนด์) (โครงการที่ 1)	ผลิตภัณฑ์ทางทันตกรรม 200,000 ชิ้น	3.9	4.90	68	อุดรธานี (เขต 3)
2	เอ็กซา ซีแลม จำกัด (ร่วมทุนไทย - เนเธอร์แลนด์) (โครงการที่ 2)	ผลิตภัณฑ์ทางทันตกรรม 200,000 ชิ้น	3.9	4.90	68	อุดรธานี (เขต 3)
3	พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	แผ่นซีดีทำความสะอาด 604,800,000 ชิ้น	3.2	38.60	21	ชลบุรี (เขต 2)
4	MR. MICHAEL ESTIBEIRO (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	ผ้าทอ (WOVEN FABRIC) 750,000 เมตร ผ้าถัก (KNITTED FBRCIC) 750,000 เมตร	3.1	250.00	50	ระยอง (เขต 2)
5	MR. YUGO FUJII (ร่วมทุนสิงคโปร์ - ญี่ปุ่น)	คันเบ็ดตกปลา (FISHING ROD) 30,000 ชิ้น	3.5	46.00	31	สมุทรปราการ (เขต 1)
6	MR. KAICHIRO SUGANUMA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ฟันปลอม 8,790 ชุด	3.9	14.60	20	ชลบุรี (เขต 2)
7	เอคโค (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเดนมาร์กทั้งสิ้น)	ส่วนประกอบรองเท้า 1,051,200 คู่	3.3	48.12	6	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
8	ออโธพีเซีย จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องมือแพทย์ 500,000 ชิ้น	3.9	65.00	153	สมุทรปราการ (เขต 1)
9	เซอวิสเอ็นจิเนียริง (1987) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	อุปกรณ์ผ้าตัดและตามกระดูก 500,000 ชิ้น	3.9	60.00	153	สมุทรปราการ (เขต 1)
10	บ้านบุญศิริ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	วงกบประตูหรือวงกบหน้าต่าง พลาสติก (UPVC) 48,000 ตารางเมตร	3.15	8.00	44	บุรีรัมย์ (เขต 3)
11	เมอริโฮม จำกัด (ร่วมทุนไทย - จีน)	ผ้าท่ม 256,000 ผืน ชุดเครื่องนอน 512,000 ชุด ฟูก 307,200 ผืน หมอน 768,000 ใบ	3.1.8	302.68	168	ระยอง (เขต 2)
12	ธนลักษณ์ จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - จีน)	กระเป๋ 477,000 ชิ้น ผลิตภัณฑ์จากหนัง 121,500 ชิ้น	3.4 และ 3.6	92.00	590	ลำพูน (เขต 3)
13	ธนลักษณ์ จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - จีน)	เครื่องนุ่งห่ม 1,260,000 ชิ้น	3.1	92.00	446	ลำพูน (เขต 3)
14	คาร์ดินัล เซลท์ 222 (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นแคนาดาทั้งสิ้น)	ถุงมือศัลยกรรม (SURGICAL GLOVE) 110,250,000 ชิ้น	3.9	1,684.40	503	ระยอง (เขต 2)
15	ไทยกอง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ถุงมือยางสำหรับตรวจโรค 1,892,160,000 ชิ้น	3.9	916.90	500	สงขลา (เขต 3)
16	ไทยกอง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ถุงมือยางสำหรับตรวจโรค 1,892,160,000 ชิ้น	3.9	930.90	500	ตรัง (เขต 3)
17	ไทยกอง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ถุงมือยางสำหรับตรวจโรค 1,892,160,000 ชิ้น	3.9	652.10	394	ตรัง (เขต 3)
18	ไกรเนอร์ ไปโอ-วัน (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นออสเตรเลียทั้งสิ้น)	หลอดเก็บตัวอย่างเลือด 190,000,000 ชิ้น	3.9	287.20	12	ชลบุรี (เขต 2)
19	พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	แผ่นซีดีทำความสะอาด 2,125,440,000 ชิ้น	3.2	39.90	28	ชลบุรี (เขต 2)
20	ดีเอสจี อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริษัทเวอริจันแอร์แลนด์ - ฮองกง)	ผ้าอ้อมสำเร็จรูป 91,628,000 ชิ้น	3.2	285.00	17	สระบุรี (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
21	ซี.เจ.ดี. เส้นใยอุตสาหกรรม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	สิ่งทอหรือชิ้นส่วน 3,600 ตัน	3.1	48.80	27	สมุทรสาคร (เขต 1)
22	สหเชเรน จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ผ้าถัก (KNITTED FABRIC) 518,400 กิโลกรัม	3.1	154.20	50	ปราจีนบุรี (เขต 3)
23	ดีเอสจี อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - ช่องาง) (โครงการที่ 1)	ผ้าอ้อมสำเร็จรูป 266,205,000 ชิ้น	3.2	234.90	15	สระบุรี (เขต 2)
24	ดีเอสจี อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - ช่องาง) (โครงการที่ 2)	ผ้าอ้อมสำเร็จรูป 114,535,000 ชิ้น	3.2	500.00	19	สระบุรี (เขต 2)
25	ดีเอสจี อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - ช่องาง) (โครงการที่ 3)	ผ้าอ้อมสำเร็จรูป 356,742,000 ชิ้น	3.2	509.00	15	สระบุรี (เขต 2)
26	DR. ALEXANDER NIKOLAUS BREZING (ร่วมทุนเยอรมนี - อังกฤษ)	เครื่องดนตรี 10,000 ชิ้น	3.13	4.50	10	กรุงเทพฯ (เขต 1)

หมวด 4 ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง

1	MR. ANURAG GUPTA (หุ้นอินเดียทั้งสิ้น)	แม่พิมพ์และอุปกรณ์จับยึด 620 ชุด และการซ่อมแซมแม่พิมพ์และอุปกรณ์ จับยึดที่ผลิตเอง	4.2	40.00	12	ระยอง (เขต 2)
2	ดี - จิก จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	อุปกรณ์จับยึด (JIG & FIXTURE) ที่มีการออกแบบทางวิศวกรรม 600 ชุด	4.2	21.20	17	ปทุมธานี (เขต 1)
3	โยโกฮาม่า รีบเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ท่อสำหรับยานพาหนะ 1,314,000 ชิ้น	4.10	67.10	13	ระยอง (เขต 2)
4	นายพนม พลราชม (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ 7,479,000 ชิ้น	4.3	10.20	50	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
5	MR. YUICHI YOKOYAMA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ 3,200,000 ชิ้น	4.10	100.00	12	ชลบุรี (เขต 2)
6	MR. CHIEN, CHIH - HAN (หุ้นไต้หวันทั้งสิ้น)	ชุดสายไฟสำหรับยานพาหนะ และเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรม 1,000,000 ชุด	4.2 และ 4.10	90.00	97	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
7	เอ.เจ. พลาสติก จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	การเคลือบผิว 4,500 ตัน	4.4	75.00	28	ชลบุรี (เขต 2)
8	เอสอีดับบลิวเอส - คอมโพเนนท์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานพาหนะ 100,000,000 ชิ้น	4.10	146.30	60	ระยอง (เขต 2)
9	สยาม โคชิ จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนโลหะ 1,400 ตัน	4.3	50.00	66	ชลบุรี (เขต 2)
10	MR. TERUYASU NINAGAWA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	เครื่องจักรสำหรับงานอุตสาหกรรม 48 ชุด และการซ่อมแซมเครื่องจักรที่ผลิตเอง	4.2	18.00	18	ปทุมธานี (เขต 1)
11	MR. MASAMI KATO (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่มีการออกแบบ ทางวิศวกรรม 48 ชุด และการซ่อมแซม เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ผลิตเอง	4.2	5.10	13	ชลบุรี (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
12	ฟูรุยะ อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับ อุตสาหกรรมต่างๆ 200 ตัน แม่พิมพ์ 35 ชุด ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ 120 ชิ้น อุปกรณ์จับยึด 40 ชุด การซ่อมแซมแม่พิมพ์ 50 ชุด	4.2 และ 6.12	123.00	50	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
13	MR. LIJUN LIU (หุ้นจีนทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะปั๊มขึ้นรูป 560 ตัน	4.3	24.00	27	ชลบุรี (เขต 2)
14	แมกนา ออโตโมทีฟ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนจีน - แคนาดา)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ 500,000 คู่	4.10	71.30	31	ชลบุรี (เขต 2)
15	โกลบอล - ไทยซอน พรีซิชั่น อินดัสทรี จำกัด (หุ้นได้หัวทั้งสิ้น)	แม่พิมพ์ 15 ชุด ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ 12,000 ชิ้น การซ่อมแซมแม่พิมพ์ 15 ชุด ชิ้นส่วนอุปกรณ์จับยึด 12,000 ชิ้น ชิ้นส่วนโลหะ 1,523 ตัน การซ่อมแซมอุปกรณ์จับยึด 12,500 ชิ้น	4.2, 4.3 และ 4.17	215.00	197	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
16	อุเบะ แมชชีนเนอรี ไทย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	เครื่องจักรอุตสาหกรรม 40 เครื่อง	4.2	340.00	22	ชลบุรี (เขต 2)
17	MR. CHIN - HO TAI (หุ้นได้หัวทั้งสิ้น)	ใบเลื่อย (SAW BLADE) 2,000,000 ชิ้น	4.2	150.00	150	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
18	ไทยคิวา อินดัสทรีส์ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนอะลูมิเนียมขึ้นรูป 1,350 ตัน	4.3	117.20	87	ชลบุรี (เขต 2)
19	อลเทอร์ แอร์คอนดิชันนิ่ง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องส่งลมเย็น 600 ชุด	4.2	11.00	35	ปทุมธานี (เขต 1)
20	เซอร์เทค และ พลามากซ์ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	การเคลือบผิว 9,200 ตัน	4.4	178.00	60	ปราจีนบุรี (เขต 3)
21	โบรเช่ ดีลรอยท์ ออโตโมทีฟ จำกัด (ร่วมทุนไทย - เยอรมนี - มาเลเซีย)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ 2,000,000 ชิ้น	4.10	141.90	144	ระยอง (เขต 2)
22	โดโค ริคะ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชุดกุญแจสำหรับยานพาหนะ 5,720,000 ชุด STEERING HANDLE LOCK 1,221,000 ชิ้น สวิตช์สำหรับยานพาหนะ 7,950,000 ชิ้น ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ ยานพาหนะ 3,000,000 ชิ้น	4.10	354.00	1,210	ระยอง (เขต 2)
23	เอสอีดับบลิวเอส - คอมโพเนนท์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะสำหรับยานพาหนะ เช่น TERMINAL 4,492,800 ชิ้น	4.10	351.00	16	ระยอง (เขต 2)
24	MR. YOSHIFUMI OSHIDA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น INNER RING และ OUTER RING 32,640,000 ชุด	4.3	689.20	50	ระยอง (เขต 2)
25	บอริกวอร์เนอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นสวิตเซอร์แลนด์ทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น TURBOCHARGER 787,000 ชิ้น	4.10	852.00	198	ระยอง (เขต 2)
26	โตโยเท็ตสึ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะสำหรับยานพาหนะ 43,300 ตัน	4.10	495.00	168	ปราจีนบุรี (เขต 3)
27	ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด (ร่วมทุนไทย - สิงคโปร์)	ฝากระป๋องอะลูมิเนียม 1,500,000,000 ชิ้น	4.3	434.60	15	สระบุรี (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
28	เอส.เอ็ม.ซี. (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	กระบอกกลม 1,000,000 ชุด	4.2	854.40	144	ชลบุรี (เขต 2)
29	เอเชีย พรีซิชั่น จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น - เบลเยียม)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น HUB, CAM และ CONNECTOR 10,000 ตัน	4.3	540.00	152	ชลบุรี (เขต 2)
30	คาวเทค กรีน เอนเนอร์จี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องจักรผลิตปุ๋ยหมัก 70 ชุด	4.2	6.50	9	สุพรรณบุรี (เขต 3)
31	โปรเพนเดอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	โซ่คอป 1,500,000 ชิ้น	4.10	74.40	96	นครปฐม (เขต 1)
32	MR. ANG CHENG TONG (ร่วมทุนเกาหลี - สิงคโปร์)	CUTTING TOOLS 400,000 ชิ้น	4.2	100.00	11	ระยอง (เขต 2)
33	ไทยมิปออน สตีล แอนด์ ซุมิคิน เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	โครงสร้างโลหะสำหรับงาน ก่อสร้างหรืองานอุตสาหกรรม 10,000 ตัน	4.19	92.00	160	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
34	ฮาลล่า วิสทอน โคลเมท คอนโทรล (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเกาหลีทั้งสิ้น)	OIL COOLER สำหรับยานพาหนะ 558,150 ชิ้น	4.10	81.40	28	ระยอง (เขต 2)
35	คานเมทลี พูลเลย์ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	PULLEY 17,520 ชิ้น แม่พิมพ์ 180 ชุด ซ่อมแซมแม่พิมพ์ 365 ชุด	4.2 และ 4.10	65.80	8	ระยอง (เขต 2)
36	นายธนกร บุญวาณิชการ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น ชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วน รถจักรยานยนต์ 1,500 ตัน	4.3	67.00	120	กรุงเทพฯ (เขต 1)
37	MR. DAISUKE SAITO (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น RETAINER 450 ตัน	4.3	111.50	22	ระยอง (เขต 2)
38	ทีซี ซีโร่ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	รถบรรทุก 8,000 ตัน	4.6	89.00	179	ปทุมธานี (เขต 1)
39	ไทยซัมมิท พีเคเค บางปะกง จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนโลหะปั๊มขึ้นรูป 12,000 ตัน ชิ้นส่วนยานพาหนะ 67,000 ชิ้น	4.3 และ 4.10	195.00	127	ชลบุรี (เขต 2)
40	เอส เค ซินเนอริยี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เครื่องจักรหรืออุปกรณ์สำหรับ การผลิตโอโซน 240 ชุด เครื่องกำเนิดโอโซนและ เครื่องกำเนิดออกซิเจน 240 ชุด และการซ่อมแซมเครื่องจักรหรือ อุปกรณ์ที่ผลิตเอง	4.2	11.60	44	ปทุมธานี (เขต 1)
41	ทีบีเคเค (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น OIL PUMP 340,000 ชิ้น	4.10	228.70	15	ชลบุรี (เขต 2)
42	อามาต้า เอ็กซ์ตรีม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น SHOCK ABSORBER 1,152,000 ชิ้น	4.10	35.80	33	นครปฐม (เขต 1)

หมวด 5 อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า

1	อินโฟ ซิสเต็ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	3.00	12	กรุงเทพฯ (เขต 1)
2	จี. แมคคาทรอนิกส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.20	6	นครราชสีมา (เขต 3)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
3	คิวแอลอีวัวร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.60	7	กรุงเทพฯ (เขต 1)
4	ฟอร์ท โลนดิง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ออกแบบทางอิเล็กทรอนิกส์และ ผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องจากการออกแบบ ทางอิเล็กทรอนิกส์ 10,000,000 ชิ้น	5.7	7.83	65	นครปฐม (เขต 1)
5	ไมโครชิฟ เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด (ร่วมทุนสหรัฐฯ - เคย์แมน - ไอร์แลนด์)	INTEGRATED CIRCUIT MODULE 662,000 ชิ้น INTEGRATED CIRCUIT MODULE TESTING 1,986,000 ชิ้น	5.5	21.50	35	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
6	ไอที โปรเฟสชันแนล คอนซัลติ้ง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	5.00	15	กรุงเทพฯ (เขต 1)
7	MR. KOJI KIMURA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	3.00	10	กรุงเทพฯ (เขต 1)
8	วาย เอ็ม เอ็ม วาย จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.40	20	กรุงเทพฯ (เขต 1)
9	เจเอ็มที กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - จีน)	ซอฟต์แวร์	5.8	5.00	72	กรุงเทพฯ (เขต 1)
10	MR. RAANAN NEDIVI (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.50	9	กรุงเทพฯ (เขต 1)
11	ไอโนว์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.63	19	กรุงเทพฯ (เขต 1)
12	นายชวลี บุญประกอบศักดิ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.00	11	กรุงเทพฯ (เขต 1)
13	ไซเบอร์ซอฟต์แวร์ เทคโนโลยี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.30	9	กรุงเทพฯ (เขต 1)
14	บาบาน่า อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.00	9	กรุงเทพฯ (เขต 1)
15	เอสอีดีบิลิเอส - คอมโพเนนท์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับยานพาหนะ 600,000 ชิ้น	5.5	84.40	18	ระยอง (เขต 2)
16	เอสอีดีบิลิเอส - คอมโพเนนท์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับยานพาหนะ 400,000 ชิ้น	5.5	52.80	12	ระยอง (เขต 2)
17	MR. HARVINDER PAUL (หุ้นอินเดียทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.55	12	กรุงเทพฯ (เขต 1)
18	สปานิตี จำกัด (ร่วมทุนไทย - ฝรั่งเศส)	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - COMMERCE)	5.9	2.10	7	กรุงเทพฯ (เขต 1)
19	MR. VSEVOLOD SOURKOV (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.63	11	ชลบุรี (เขต 2)
20	เดต้า สต็อคเจอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.10	3	กรุงเทพฯ (เขต 1)
21	ออกตากอน เอนเทอร์ไพรซ์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	4.00	12	กรุงเทพฯ (เขต 1)
22	รีโวลูชั่น ไอที แอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	3.50	15	กรุงเทพฯ (เขต 1)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
23	นายยุทธนา แหยมสุชสวัสดิ์ (หุ้นไทยทั้งสิน)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.35	8	กรุงเทพฯ (เขต 1)
24	MR. JAMES PAULETT CHARTON JR (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิน)	ซอฟต์แวร์	5.8	14.65	37	เชียงใหม่ (เขต 3)
25	MR. KIRK WALDRON (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิน)	ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ และชิ้นส่วน 650,000 ชิ้น	5.4 และ 5.5	72.30	145	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
26	ต้าอูง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นได้วันทั้งสิน)	สายสัญญาณเครือข่าย คอมพิวเตอร์ 860 ตัน	5.5	38.00	24	ชลบุรี (เขต 2)
27	คาทาทา อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิน)	PRINTED CIRCUIT BOARD ASSEMBLY (PCBA) 32,000,000 ชิ้น	5.5	516.00	146	ระยอง (เขต 2)
28	โซนี่ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเนเธอร์แลนด์ทั้งสิน)	โทรศัพท์เคลื่อนที่ 10,000,000 ชุด	5.4.4	2,192.00	4,280	ปทุมธานี (เขต 1)
29	MR. SHANE JARVIS (หุ้นออสเตรเลียทั้งสิน)	หลอดไฟ LED 624,400 ชุด	5.2	47.10	96	ชลบุรี (เขต 2)
30	บักเค้คาเซ่ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิน)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.10	18	กรุงเทพฯ (เขต 1)
31	วิสทีออน โอโตโมทีฟ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิน)	AUDIO MODLE 300,000 ชิ้น	5.5	47.20	10	ระยอง (เขต 2)
32	บลูวินด์ โซลูชั่น จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิน)	ซอฟต์แวร์	5.8	7.80	10	กรุงเทพฯ (เขต 1)
33	ซี.เอส.โอ. (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ซอฟต์แวร์	5.8	18.50	50	กรุงเทพฯ (เขต 1)
34	รันเนเบิลส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิน)	ซอฟต์แวร์	5.8	1.20	5	กรุงเทพฯ (เขต 1)
35	MR. TOSHIYA MATSUO (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิน)	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - COMMERCE)	5.9	90.00	32	กรุงเทพฯ (เขต 1)
36	MR. CARL WARREN HUMPHREY (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิน)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.98	21	กรุงเทพฯ (เขต 1)
37	เมก้า แอปพลิเคชัน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิน)	ซอฟต์แวร์	5.8	6.00	38	กรุงเทพฯ (เขต 1)
38	นางสาววรวิสา พิสมยมย์ (หุ้นไทยทั้งสิน)	ซอฟต์แวร์	5.8	5.00	10	นนทบุรี (เขต 1)
39	ไทรแค็บ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ออสเตรเลีย)	สายไฟฟ้า (CABLE) สำหรับงานอุตสาหกรรม 1,200 ตัน	5.3	98.70	27	นครราชสีมา (เขต 3)
หมวด 6 เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก						
1	เคเอ็มเอส ลูบ จำกัด (ร่วมทุนไทย - เกาหลี - ญี่ปุ่น)	ผลิตภัณฑ์เคมีเพื่อการอุตสาหกรรม 2,363 ตัน	6.2	39.00	25	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
2	ไทย ซีสเทค เคียววา จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิน)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 1,400 ตัน	6.12	37.70	30	นครราชสีมา (เขต 3)
3	อุตสาหกรรมกลองสยาม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิน)	กลองกระดาษ 18,530 ตัน	6.15	30.00	42	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
4	อินทพลาสติก จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิน)	ผลิตภัณฑ์พลาสติกและชิ้นส่วนพลาสติก สำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 150 ตัน	6.12	46.80	35	นนทบุรี (เขต 1)
5	นิโกะ โลโก้ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิน)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 2,000 ตัน	6.12	200.00	57	ปทุมธานี (เขต 3)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
6	พีคส์ อัลลายแอนซ์ จำกัด (ร่วมทุนไทย - ไต้หวัน)	ผลิตภัณฑ์จากกระดาษ 28,800 ตัน	6.15	11.90	23	ชลบุรี (เขต 2)
7	ไทยสตาร์ไลท์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์พลาสติกหรือเคลือบด้วย พลาสติก 1,572 ตัน	6.12	195.00	34	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
8	เค.เอ็น.บี. ลาบอราตอรี (อำนวยการ) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ยาปราศจากเชื้อชนิดน้ำปริมาณน้อย 342,000 ลิตร	6.5	116.00	63	กรุงเทพฯ (เขต 1)
9	ฟูคูอิ คาเซอิ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 6,570,000 ชิ้น	6.12	6.10	15	ชลบุรี (เขต 2)
10	โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - อังกฤษ - มาเลเซีย - จีน)	COMPOUNDED PLASTIC 4,000 ตัน	6.12	22.70	90	ระยอง (เขต 2)
11	สยาม เปเปอร์ เดคคอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	กระดาษเคลือบกาวเมลามีน 40,000,000 ตารางเมตร	6.15	88.10	47	นนทบุรี (เขต 1)
12	MR. TOSHIYUKI KOBAYASHI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 600 ตัน	6.12	60.00	31	ระยอง (เขต 2)
13	MR. TOSHIYUKI KOBAYASHI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 1,800 ตัน	6.12	140.00	137	ระยอง (เขต 2)
14	MR. TOSHIYUKI KOBAYASHI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น) (โครงการที่ 3)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 3,600 ตัน	6.12	20.00	193	ระยอง (เขต 2)
15	ควอลิตี้ คอยส์ อินดัสตรีส์ (พี.บี.) จำกัด (ร่วมทุนไทย - มาเลเซีย)	ยาจุดกันยุงชนิดผงและชนิดขด 7,260 ตัน	6.7	31.40	119	สงขลา (เขต 3)
16	ชันชายน เอ็นจิเนียริง โปรไฟล์ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นไต้หวันทั้งสิ้น)	บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับ ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ 38,400,000 ชิ้น	6.6	15.00	24	สมุทรปราการ (เขต 1)
17	ทีอาร์โอ โซตามะ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยางซิลิโคนสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 380 ตัน	6.12	240.00	72	ระยอง (เขต 2)
18	MR. KEVIN ONG (ร่วมทุนไต้หวัน - เบลีซ)	PLASTIC TUBE 1,800 ตัน PIN/PLUG 120 ตัน CARRIER TAPE 77 ตัน PLASTIC REEL 151 ตัน	6.12	146.50	88	ปทุมธานี (เขต 1)
19	เบอร์ลี ไดนาพลาสติก จำกัด (ร่วมทุนไทย - อินโดนีเซีย)	ผลิตภัณฑ์พลาสติก 2,700 ตัน	6.12	155.70	5	ลพบุรี (เขต 3)
20	ไทย เอ บี เอส จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	COMPOUNDED PLASTIC 16,000 ตัน	6.12	33.00	25	ระยอง (เขต 2)
21	พี เอ พี กรีน เอ็นเนอร์ยี่ รีเทล จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ถังก๊าซคอมโพสิต 100,000 ใบ	6.12	75.00	37	นครราชสีมา (เขต 3)
22	ลินด์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 1)	ก๊าซไนโตรเจน 30,660 ตัน	6.1	95.60	3	ระยอง (เขต 2)
23	ลินด์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 2)	ก๊าซไนโตรเจน 7,118 ตัน	6.1	54.00	3	นครราชสีมา (เขต 3)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
24	ลินด์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 3)	ก๊าซไนโตรเจน 7,118 ตัน	6.1	55.70	3	ระยอง (เขต 2)
25	ลินด์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 4)	ก๊าซไนโตรเจน 7,118 ตัน	6.1	48.40	3	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
26	ลินด์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 5)	ก๊าซออกซิเจนและไนโตรเจน 31,000 ตัน	6.1	262.50	3	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
27	ลินด์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 6)	ก๊าซออกซิเจน 40,030 ตัน	6.1	304.90	3	ปราจีนบุรี (เขต 3)
28	ลินด์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 7)	ก๊าซไนโตรเจน 79,200 ตัน	6.1	343.50	3	ชลบุรี (เขต 2)
29	บางกอก อินดัสเทรียลแก๊ส จำกัด (ร่วมทุนไทย - เนเธอร์แลนด์)	ก๊าซไนโตรเจน 2,520 ตัน	6.1	16.90	2	ระยอง (เขต 2)
30	บางกอก อินดัสเทรียลแก๊ส จำกัด (ร่วมทุนไทย - เนเธอร์แลนด์) (โครงการที่ 1)	ก๊าซไนโตรเจน 43,200 ตัน	6.1	121.60	2	ระยอง (เขต 2)
31	บางกอก อินดัสเทรียลแก๊ส จำกัด (ร่วมทุนไทย - เนเธอร์แลนด์) (โครงการที่ 2)	ก๊าซไนโตรเจน 19,440 ตัน	6.1	55.00	2	ระยอง (เขต 2)
32	บางกอก อินดัสเทรียลแก๊ส จำกัด (ร่วมทุนไทย - เนเธอร์แลนด์) (โครงการที่ 3)	ก๊าซไนโตรเจน 19,440 ตัน	6.1	55.00	2	ระยอง (เขต 2)
33	บางกอก อินดัสเทรียลแก๊ส จำกัด (ร่วมทุนไทย - เนเธอร์แลนด์) (โครงการที่ 4)	ก๊าซไนโตรเจน 2,520 ตัน	6.1	16.90	2	ระยอง (เขต 2)
34	เลเซอร์ พรินต์ติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติก 3,840,000 ตารางเมตร	6.12 และ 6.16	7.20	5	ชลบุรี (เขต 2)
35	พาเมพรี อินดัสเทรียล (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	พลาสติกต่างๆ 388 ตัน	6.12	18.50	11	สมุทรปราการ (เขต 1)
36	โพธิ์ ทรี เดคคอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	สิ่งพิมพ์ 37,000 ตารางเมตร	6.16	2.50	15	กรุงเทพฯ (เขต 1)
37	หสิจิยา จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 130 ตัน	6.12	17.25	15	ชลบุรี (เขต 2)
38	นายชินรัฐ บุญชู (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ถังพลาสติก 1,283 ตัน	6.12	33.70	13	ระยอง (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
39	โดโย แมกนูฟเจอริง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 1,600 ตัน	6.12	490.00	30	ชลบุรี (เขต 2)
40	มิลบอน (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม เช่น น้ำยาย้อมผม แชมพูและครีมหวดผม 20,000 ตัน	6.9	300.00	39	ระยอง (เขต 2)
41	ไทย เอ บี เอส จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	COMPOUNDED PLASTIC 46,000 ตัน	6.12	433.20	25	ระยอง (เขต 2)
42	ไดอิชิ - บุสซัง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโพลีโพรพิลีนเทรนดิโรโซเคิล 800 ตัน	6.8	60.00	23	ชลบุรี (เขต 2)
43	นางสาวรัตนภรณ์ สีนะวัต (ร่วมทุนไทย - จีน)	ผลิตภัณฑ์พลาสติกต่างๆ 14,740 ตัน	6.12	220.00	540	ระยอง (เขต 2)
44	MR. CHUN - YEN - TSAI (หุ้นไต้หวันทั้งสิ้น)	เม็ดพลาสติกโพรพิลีน 1,200 ตัน	6.12	25.00	10	ปราจีนบุรี (เขต 3)
45	พีแอนด์อี (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นเกาหลีทั้งสิ้น)	MASTER BATCH FOAM SHEET 600 ตัน PE LAMINATE FOAM SHEET 300 ตัน	6.12	60.00	47	ชลบุรี (เขต 2)
46	เอเซียเนท พลาสติกและแม่พิมพ์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ 380 ตัน	6.12	14.00	80	สมุทรปราการ (เขต 1)
47	นางสาวชนิตาพันธ์ ณะวิวัฒนกรณ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	พลาสติกทอसान 240,000,000 เมตร	6.12	474.40	236	ราชนบุรี (เขต 2)
48	คันโซ เรซิน (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ผลิตภัณฑ์เคมีสำหรับอุตสาหกรรมผลิตสี 12,000 ตัน	6.2	348.00	21	ระยอง (เขต 2)
49	แวนต้าแพค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์จากพลาสติก 32,715 ตัน	6.12	501.30	66	ชลบุรี (เขต 2)
50	ลินเด (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 1)	ก๊าซออกซิเจน 40,030 ตัน	6.1	304.90	3	ปราจีนบุรี (เขต 3)
51	ลินเด (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 2)	ก๊าซออกซิเจนและก๊าซไนโตรเจน 31,000 ตัน	6.1	262.50	3	ชลบุรี (เขต 2)
52	ลินเด (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์ - สหรัฐฯ - เมียนมาร์) (โครงการที่ 3)	ก๊าซไนโตรเจน 79,200 ตัน	6.1	343.50	3	ชลบุรี (เขต 2)

หมวด 7 กิจการบริการ และสาธารณูปโภค

1	MR. JUNICHIRO KIKUCHI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	5	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
2	MR. YOSHITAKA OKAWARA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	6.00	10	สมุทรปราการ (เขต 1)
3	นายจอห์น บีน เทคโนโลยีส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิ้น)	สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค	7.13	11.70	27	กรุงเทพฯ (เขต 1)
4	ไนเนตี้ไนต์ แอสเซท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 203 หน่วย	7.5	73.90	11	กรุงเทพฯ (เขต 1)
5	MR. SEAN THOMAS BRENNAN (หุ้นฮ่องกงทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	10.00	9	กรุงเทพฯ (เขต 1)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
6	ผลิตไฟฟ้าบ้านหัน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ 1.0 เมกะวัตต์	7.1	16.70	10	นครราชสีมา (เขต 3)
7	นายณรินทร์ เชาว์กิตติโสภณ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศ ด้วยระบบที่ทันสมัย 1 หลัง	7.11	25.00	24	สมุทรปราการ (เขต 1)
8	คิมายเออร์ เซอร์วิส จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการสอบเทียบมาตรฐาน (CALIBRATION)	7.22	11.50	24	กรุงเทพฯ (เขต 1)
9	MR. MANABU ISHIMURA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	24	ชลบุรี (เขต 2)
10	ไทยทาร์โลว์แอนด์ออยล์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงชีวมวล 6.9 เมกะวัตต์	7.1	190.20	16	นครศรีธรรมราช (เขต 3)
11	นายสันชัย กลิ่นฟุ้ง (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ 2,832 เมกะวัตต์	7.1	127.50	28	อำนาจเจริญ (เขต 3)
12	นายธีระกาญจน์ ไชยสุชนานนท์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ 1,416 เมกะวัตต์	7.1	105.50	28	อำนาจเจริญ (เขต 3)
13	304 อินดัสเตรียล ปาร์ค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	พัฒนาอาคารสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม 7 หน่วย	7.8	115.40	4	ปราจีนบุรี (เขต 3)
14	304 อินดัสเตรียล ปาร์ค จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	พัฒนาอาคารสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม	7.8	12.00	14	ปราจีนบุรี (เขต 3)
15	MR. TOMOHISA MIYAGAMI (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	12.00	14	กรุงเทพฯ (เขต 1)
16	MR. KENSAKU HAMAHARA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	4.10	15	กรุงเทพฯ (เขต 1)
17	ไทคอน โลจิสติกส์ พาร์ค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	พัฒนาอาคารสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม และ/หรือคลังสินค้า 1 หน่วย	7.8	411.50	3	สมุทรปราการ (เขต 1)
18	ไทคอน โลจิสติกส์ พาร์ค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	พัฒนาอาคารสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม และ/หรือคลังสินค้า 1 หน่วย	7.8	805.20	3	สมุทรปราการ (เขต 1)
19	ไทคอน โลจิสติกส์ พาร์ค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 3)	พัฒนาอาคารสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม และ/หรือคลังสินค้า 3 หน่วย	7.8	374.40	3	ระยอง (เขต 2)
20	ไทคอน โลจิสติกส์ พาร์ค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 4)	พัฒนาอาคารสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม และ/หรือคลังสินค้า 1 หน่วย	7.8	128.70	3	ระยอง (เขต 2)
21	ไทยออยล์มีริน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.3	138.60	15	ไม่ระบุที่ตั้ง
22	สฟไทย เทอร์มินอล จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ขนถ่ายสินค้าสำหรับเรือเดินทะเล 2,080,000 ตัน	7.1	197.50	54	สมุทรปราการ (เขต 1)
23	นาวิธนา คิลปีสรวีชี (หุ้นสเปนทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน 85 ตารางเมตร	7.15	3.00	8	กรุงเทพฯ (เขต 1)
24	304 อินดัสเตรียล ปาร์ค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	พัฒนาอาคารสำหรับ โรงงานอุตสาหกรรม 4 หน่วย	7.8	64.70	4	ปราจีนบุรี (เขต 3)
25	304 อินดัสเตรียล ปาร์ค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	พัฒนาอาคารสำหรับ โรงงานอุตสาหกรรม 4 หน่วย	7.8	60.20	4	ปราจีนบุรี (เขต 3)
26	ไนต์ดีไนน์ เรียวเอสเตท กรุ๊ป จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 181 หน่วย	7.5	65.00	11	กรุงเทพฯ (เขต 1)
27	ไนต์ดีไนน์ เรียวเอสเตท กรุ๊ป จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 181 หน่วย	7.5	65.00	11	กรุงเทพฯ (เขต 1)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
28	MR. THANARAJASINGAM SUBRAMANIAM (หุ้นมาเลเซียทั้งสิ้น)	สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค	7.13	25.00	13	กรุงเทพฯ (เขต 1)
29	แบมบู แบลส์ จำกัด (ร่วมทุนไทย - บริติชเวอร์จินไอร์แลนด์)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	4.40	34.00	กรุงเทพฯ (เขต 1)
30	มิตซูบิชิ ไทย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	4	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
31	โอกิ โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ธุรกิจรับจ้างบริหารระบบธุรกิจ ระหว่างประเทศ	7.16	2.80	25	กรุงเทพฯ (เขต 1)
32	เอ็มแอลที อัลโลด์ เทคโนโลยีส์ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.90	18	ระยอง (เขต 2)
33	เฮลิคอปเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 1,540 หน่วย	7.5	424.30	15	สมุทรปราการ (เขต 1)
34	เฮลิคอปเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 1,414 หน่วย	7.5	424.30	-	กรุงเทพฯ (เขต 1)
35	เฮลิคอปเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 3)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 1,379 หน่วย	7.5	374.90	-	กรุงเทพฯ (เขต 1)
36	เฮลิคอปเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 4)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 1,414 หน่วย	7.5	394.60	-	กรุงเทพฯ (เขต 1)
37	เฮลิคอปเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 5)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 1,624 หน่วย	7.5	411.10	-	กรุงเทพฯ (เขต 1)
38	เฮลิคอปเตอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 6)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 1,155 หน่วย	7.5	322.60	-	กรุงเทพฯ (เขต 1)
39	ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ร่วมทุนไทย - อินโดนีเซีย) (โครงการที่ 1)	ขนส่งทางอากาศ 1 ลำ	7.9	339.00	90	กรุงเทพฯ (เขต 1)
40	ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ร่วมทุนไทย - อินโดนีเซีย) (โครงการที่ 2)	ขนส่งทางอากาศ 1 ลำ	7.9	552.00	151	กรุงเทพฯ (เขต 1)
41	ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ร่วมทุนไทย - อินโดนีเซีย) (โครงการที่ 3)	ขนส่งทางอากาศ 1 ลำ	7.9	552.00	151	กรุงเทพฯ (เขต 1)
42	อุดรไบโอแมส จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงชีวมวล 9.9 เมกะวัตต์	7.1	612.60	42	อุดรธานี (เขต 3)
43	ไฮวา (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นออสเตรเลียทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	5.00	12	สมุทรปราการ (เขต 1)
44	ไอ เอช โอ แมชชีน เท็ค เอเชีย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.12	4.30	5	ชลบุรี (เขต 2)
45	นัมบู ซิล (ไทยแลนด์) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ออกแบบอุปกรณ์จับยึดและชิ้นส่วน	7.23	1.10	4	ชลบุรี (เขต 2)
46	ไทย เอฟซี - เทค จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	8.00	11	สมุทรปราการ (เขต 1)

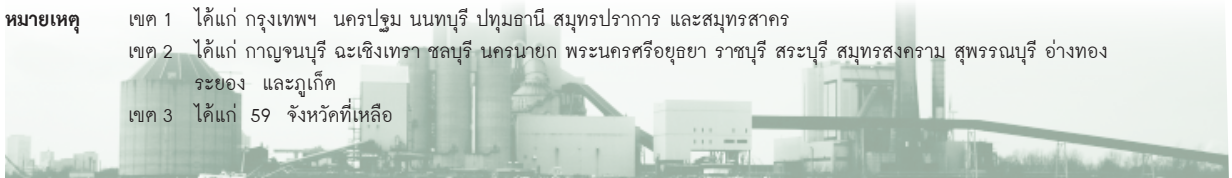
	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
47	คารเวล (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - จีน)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	18.00	9	กรุงเทพฯ (เขต 1)
48	เมททีเรียลส์เซอร์วิส คอมเพล็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	4	ชลบุรี (เขต 2)
49	MR. YUJI OMURA (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	10.00	5	กรุงเทพฯ (เขต 1)
50	ไทคอน อินดัสเทรียล คอมเน็คชั่น จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - อังกฤษ - สหรัฐฯ สิงคโปร์ - สวิตเซอร์แลนด์)	พัฒนาอาคารสำหรับ โรงงานอุตสาหกรรม 3 หน่วย	7.8	93.50	7	ปทุมธานี (เขต 3)
51	MR. GOSTEV VADIM (ร่วมทุนไทย - ยองกง - คาซัคสถาน)	ศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรม หรือศูนย์แสดงหัตถกรรม 1,406 ตารางเมตร	7.3	154.60	46	ภูเก็ต (เขต 2)
52	ยูทิลิตี้ แลนด์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 441 หน่วย	7.5	146.00	15	กรุงเทพฯ (เขต 1)
53	ยูทิลิตี้ แลนด์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือปานกลาง 422 หน่วย	7.5	144.00	15	กรุงเทพฯ (เขต 1)
54	ซีนา ออฟฟเวอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	73.10	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
55	ซีนา ออฟฟเวอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	73.10	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
56	คิมทซี โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศ ด้วยระบบที่ทันสมัย 1 หลัง	7.11	125.44	65	ไม่ระบุที่ตั้ง
57	MR. CHANG, JUNG - TSAI (หุ้นไต้หวันทั้งสิ้น)	วิจัยพัฒนาและผลิต FUNCTIONAL ENZYMES และ PROBIOTICS โดยใช้เทคโนโลยีชีวภาพ 26,000 กิโลกรัม	7.19	118.00	16	ปทุมธานี (เขต 1)
58	อัญญา รีสอร์ทท พิชณุโลก จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	โรงแรม 20 ห้อง	7.4	60.00	5	พิษณุโลก (เขต 3)
59	วิพัสส์พัฒนา จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรมหรือ ศูนย์แสดงศิลปหัตถกรรม 6,400 ตารางเมตร	7.3	430.00	100	ชลบุรี (เขต 2)
60	MR. ANDREW MARR PUTHIE (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	ขนส่งทางท่อ 100,000 ตัน	7.9	700.00	19	ไม่ระบุที่ตั้ง
		รวม 7 หมวดอุตสาหกรรม		41,306.36	19,321	เขต 1 = 87 เขต 2 = 103 เขต 3 = 58 ไม่ระบุที่ตั้ง = 5

หมายเหตุ

เขต 1 ได้แก่ กรุงเทพฯ นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร

เขต 2 ได้แก่ กาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครนายก พระนครศรีอยุธยา ราชบุรี สระบุรี สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี อ่างทอง อยุธยา และภูเก็ต

เขต 3 ได้แก่ 59 จังหวัดที่เหลือ



ROAD MAP TO SUCCESS STORY

เส้นทางส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่ความสำเร็จในธุรกิจ
ซอฟต์แวร์ และดิจิทัลคอนเทนต์

03

เมษายน 2558 เชียงใหม่

27

มีนาคม 2558 ขอนแก่น

28-29

เมษายน 2558 กรุงเทพฯ

24

เมษายน 2558ภูเก็ต

ขอเชิญผู้ประกอบการด้านซอฟต์แวร์และดิจิทัลคอนเทนต์ หรือผู้สนใจทั่วไป เข้าร่วมงานสัมมนา...แบบภาคส่งเสริมการลงทุนในการกิจของ SIPA | นโยบายใหม่ BOI เพิ่มหรือลดสิทธิประโยชน์ | มาตรการส่งเสริมการลงทุนใหม่ ประเภทกิจการซอฟต์แวร์และประเภทกิจการที่สนับสนุน Digital Economy และอีกมากมาย

จัดโดย :



บริหารงานโดย :



สมาคมสโมสรนักลงทุน
Investor Club Association

สมัครเข้าร่วมสัมมนา **ฟรี!** ได้ที่ <http://ossc.sipa.or.th> หรือ www.ic.or.th

คิดถึงการลงทุน คิดถึง

บีโอไอ

· สำนักงานในประเทศ ·

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 1 (เชียงใหม่)

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

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 2 (นครราชสีมา)

2112/22 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา 30000
โทรศัพท์ 0 4421 3184 - 6 โทรสาร 0 4421 3182
อีเมล : korat@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 3 (ขอนแก่น)

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

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4 (ชลบุรี)

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

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 5 (สงขลา)

7 - 15 อาคารไชยงค์ ถนนจุติอุทิศ 1
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
โทรศัพท์ 0 7434 7161 - 5
โทรสาร 0 7434 7160
อีเมล : songkhla@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 6 (สุราษฎร์ธานี)

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

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 7 (พิษณุโลก)

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

· หน่วยงานบริการอื่นๆ ·

สมาคมสโมสรนักลงทุน

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

ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน

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

ศูนย์บริการวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน

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

· สำนักงานในต่างประเทศ ·

BEIJING : Thailand Board of Investment, Beijing Office

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

FRANKFURT : Thailand Board of Investment, Frankfurt Office

Investment Section, Royal Thai Consulate-General
Bethmannstr. 58,5.0G 60311 Frankfurt am Main, Federal Republic of Germany
Tel : +49 (069) 92 91 230 Fax : +49 (069) 92 91 2320 E-mail : frk@boi.go.th

GUANGZHOU : Thailand Board of Investment, Guangzhou Office

Royal Thai Consulate-General, Guangzhou
No. 36 Youhe Road, Haizhu District, Guangzhou, P.R.C. 510310
Tel : +86-20-8385-8988 Ext. 220-225, +86-20-8387-7770 (Direct line)
Fax : +86-20-8387-2700 E-mail : guangzhou@boi.go.th

LOS ANGELES : Thailand Board of Investment, Los Angeles Office

Royal Thai Consulate-General,
611 North Larchmont Boulevard, 3rd Floor, Los Angeles CA 90004, U.S.A.
Tel : +1 (0)-323-960-1199 Fax : +1 (0)-323-960-1190 E-mail : boila@boi.go.th

MUMBAI : Thailand Board of Investment, Mumbai Office

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

NEW YORK : Thailand Board of Investment, New York Office

7 World Trade Center, 34th Floor, Suite F, 250 Greenwich Street, New York,
New York 10007, U.S.A.
Tel : +1 (0) 212 422 9009 Fax : +1 (0) 212 422 9119 E-mail : nyc@boi.go.th
Website : www.thinkasiainvestthailand.com

OSAKA : Thailand Board of Investment, Osaka Office

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

PARIS : Thailand Board of Investment, Paris Office

Ambassade Royale de Thaïlande 8, rue Greuze, 75116 Paris, France
Tel : +(33-1) 56 90 26 00 Fax : +(33-1) 56 90 26 02 E-mail : par@boi.go.th

SEOUL : Thailand Board of Investment, Seoul Office

#1804, 18th Floor, Koryo Daeyeongak Center,
97 Toegye-ro, Jung-gu, Seoul, 100-706, Korea
Tel : +82-2-319-9998 Fax : +82-2-319-9997 E-mail : seoul@boi.go.th

SHANGHAI : Thailand Board of Investment, Shanghai Office

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

STOCKHOLM : Thailand Board of Investment, Stockholm Office

Stureplan 4C 4th Floor, 114 35 Stockholm, Sweden
Tel : +46 (0) 8463 1158, +46 (0) 8463 1174-75 Fax : +46 (0) 8463 1160
E-mail : stockholm@boi.go.th

SYDNEY : Thailand Board of Investment, Sydney Office

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

TAIPEI : Thailand Board of Investment, Taipei Office

Taipei World Trade Center, 3rd Floor, Room 3E 39-40
No.5 Xin-Yi Rd., Sec. 5 Taipei 110, Taiwan R.O.C.
Tel : +886-2-2345-6663 Fax : +886-2-2345-9223 E-mail : taipei@boi.go.th

TOKYO : Thailand Board of Investment, Tokyo Office

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



THAILAND BOARD OF INVESTMENT

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 0 2553 8111 โทรสาร 0 2553 8222

อีเมล : head@boi.go.th เว็บไซต์ : www.boi.go.th