

โอกาส SME ไทย ในตลาด

ประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์



ผู้เขียนหลัก ฉันทบูรณ์ ดีสมสุข , อัญชลี ห่วงทอง
ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราษฎร์

สสว»

A. ข้อมูลทั่วไป

พื้นที่ :	83,600 ตร.กม.
เมืองหลวง :	กรุงอาบูดาบี (Abu Dhabi)
เมืองสำคัญ :	อาบูดาบี (Abu Dhabi) ดูไบ (Dubai) ชาร์จห์ (Sharjah) อัจมาน (Ajman) ราสอัลไคมาห์ (Ras Al Kaimah) ฟุไจราห์ (Fujeirah) และอุมม์อัลไควน (Umm Al Quwain)
ประชากร :	9,441,129 คน (พ.ศ. 2565)
ภาษาราชการ :	ภาษาอารบิก
ระบอบการปกครอง :	ระบบการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์
ประมุข :	อาบูดาบี คือ เซค คอลิฟะห์ บิน ซายิด อาล นะห์ยาน (H.H. Sheikh Khalifa bin Zayed Al Nahyan)
นายกรัฐมนตรี :	เซค โมฮัมเมต บิน ราชิด อาลมัคทุม (H.H. Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum)
อัตราแลกเปลี่ยน :	1.00000 AED = 9.22260 THB (ณ วันที่ 5 พ.ค. 66)
ทรัพยากรธรรมชาติ :	น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ
ฤดูกาล :	เนื่องจากยูเออีเป็นประเทศเขตทะเลทรายที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคตะวันออกกลาง ส่วนใหญ่อากาศจึงร้อนจัด มีฝนตกน้อยมาก มีพายุทรายช่วงเปลี่ยนฤดู ในช่วงเดือน มิ.ย. - ส.ค. อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 36-55 องศาเซลเซียส

B. เครื่องมือชี้วัดทางเศรษฐกิจ

	2019	2020	2021
GDP (US\$bn) :	417.99	349.47	415.02
GDP Per Capita (US) :	45,376.2	37,629.2	44,315.6
GDP Growth (%) :	1.1	-5	3.9
Good & Services Exports (% change) :	96.7	95.9	-
Inflation (%) :	-3.2	-12	14.3
Unemployment Rate (%) :	2.3	4.3	3.1

สินค้าส่งออกที่สำคัญ :	น้ำมันดิบ, ก๊าซธรรมชาติ, อัญมณี (re-export), พลาสติก, อะลูมิเนียม
สินค้านำเข้าสำคัญ :	เครื่องจักรกล, อุปกรณ์การขนส่ง, เคมีภัณฑ์, อาหาร
ตลาดนำเข้าสำคัญ :	อินเดีย, จีน, สหรัฐอเมริกา, เยอรมนี, ญี่ปุ่น, สหราชอาณาจักร, เกาหลีใต้, อิตาลี
ตลาดส่งออกสำคัญ :	อิหร่าน, อินเดีย, อิรัก, ซาอุดีอาระเบีย, โอมาน, สวิสเซอร์แลนด์, เบลเยียม, ฮังการี

C. ข้อมูลเส้นทางทางการขนส่งที่สำคัญ

เส้นทางทางการขนส่ง	<p>สนามบิน (นำเข้าส่งออก)</p> <p>ท่าอากาศยานนานาชาติดูไบ (Dubai International Airport), ท่าอากาศยานนานาชาติอาบูดาบี (Abu Dhabi International Airport), ท่าอากาศยานนานาชาติชาร์จาห์ (Sharjah International Airport), ท่าอากาศยานนานาชาติอัล มักตูม (Al Maktoum International Airport) ท่าอากาศยานนานาชาติราสอัลไคมาห์ (Ras Al Khaimah International Airport)</p> <p>ท่าเรือ</p> <ol style="list-style-type: none"> ท่าเรือเจเบล อาลี (Port of Jebel Ali) ท่าเรือ มิน่า ซาเยด (Port of Mina Zayed) ท่าเรือ คาลิฟา (Khalifa Port) ท่าเรือฟูไจราห์ (Port of Fujairah) ท่าเรือราสอัลไคมาห์ (Port of Ras Al Khaimah) <p>ท่าเรือสินค้าหลักของดูไบ Jebel Ali เป็นท่าเรือที่หนาแน่นที่สุดในตะวันออกกลาง และเป็นแหล่งค้าขายสินค้าที่มีค่าที่สุดของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นเขตปลอดภาษีหรือที่เรียกว่า Jebel Ali Free Zone หรือ Jafza โดยเป็นเขตปลอดอากรที่มีอุตสาหกรรมเฉพาะทางกว่า 20 แห่งตั้งอยู่โดยรอบที่ก่อตั้งโดยรัฐบาล เขตเหล่านี้ดึงดูดธุรกิจด้วยสิทธิประโยชน์ทางภาษี และไม่มีข้อจำกัดที่ชาวต่างชาติเป็นเจ้าของธุรกิจ</p>
--------------------	--

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญในประเทศไทยในวันออกกลาง โดยสัดส่วนการส่งออกสินค้าและบริการของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีขนาดปานกลาง โดยคิดเป็นร้อยละ 1.0 ของการส่งออกทั้งหมดในช่วง ระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา รวมทั้งมีการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นสูงหลังจากช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 ถึงร้อยละ 30 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการขยายตลาดในอนาคต โดยปัจจัยเชิงคุณภาพที่ผู้ประกอบการไทยต้องคำนึงถึงในทั้ง 6 มิติ ทำให้ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่น่าสนใจภายใต้กรอบการวิเคราะห์ด้วย PESTEL

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ PESTEL ตลาดสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยทางการเมือง	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	ปัจจัยทางสังคม
<ul style="list-style-type: none"> - ความมีเสถียรภาพทางการเมือง : สหรัฐอเมริกาปกครองโดยระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช ซึ่งมีความมั่นคงสูง อย่างไรก็ตาม บทบาทของราชวงศ์มีผลอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจภายในประเทศ การนำเข้า ส่งออก และการลงทุน - ข้อตกลงการค้า: นโยบายและกฎหมายด้านการค้า: UAE มีนโยบายการค้าที่เปิดเผยและกฎหมายที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้ากับประเทศอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม บางข้อจำกัดอาจมีสำหรับสินค้าหรืออุตสาหกรรมบางประเภท 	<ul style="list-style-type: none"> - การเติบโตทางเศรษฐกิจ: รายได้ต่อหัวประชาชนสูง: UAE มีรายได้ต่อหัวประชาชนสูง ซึ่งเป็นสัญญาณชี้วัดของเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและมีกลุ่มผู้บริโภคที่แข็งแกร่ง - พฤติกรรมการตลาด: ขึ้นอยู่ราคาน้ำมันและการส่งออก เศรษฐกิจของ UAE มีความสัมพันธ์เป็นพิเศษกับการส่งออกน้ำมัน ซึ่งอาจทำให้เป็นเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงในราคาน้ำมันและความต้องการของโลกมีผลต่อการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการไทย - Diversification of economy: รัฐบาลได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว การเดินทาง อุตสาหกรรมพลังงานทดแทน และการเป็น Hub ในการลงทุนและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ความหลากหลายทางวัฒนธรรม: UAE เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมพร้อมกับประชากรต่างชาติมาก เป็นโอกาสสำหรับผู้ส่งออกที่สามารถให้บริการและผลิตสินค้าที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้ - ประเทศมีชั้นกลางของประชาชนที่เติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศ ซึ่งอาจให้โอกาสในการส่งออกสินค้าและบริการที่หรูหรา โดยผู้ส่งออกสามารถปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการท้องถิ่น - ปัจจัยด้านภาษาและวัฒนธรรม: UAE เป็นประเทศอิสลาม และวัฒนธรรมและประเพณีอิสลาม อาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นการเข้าใจธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม และประเพณีท้องถิ่นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจที่เข้าสู่ตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับคู่ค้าและลูกค้าท้องถิ่นรวมถึงสินค้านำเข้าจากไทย

ปัจจัยทางเทคโนโลยี	ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม	ปัจจัยทางกฎหมาย
<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาเทคโนโลยี: UAE ลงทุนมากในเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งมีโอกาสสำหรับผู้ส่งออกในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี - อีคอมเมิร์ซ: การค้าออนไลน์กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วใน UAE ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับผู้ส่งออกที่ต้องการเข้าถึงผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ 	<ul style="list-style-type: none"> - การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติ: สภาพอากาศ: UAE มีสภาพอากาศร้อนและแห้ง ซึ่งอาจมีผลต่ออุตสาหกรรมบางประเภท เช่น เกษตรและการผลิตอาหาร ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลางของไทย - ความสนใจที่เพิ่มขึ้นในผลิตภัณฑ์และวิธีการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนสามารถสร้างโอกาสให้กับธุรกิจที่ปฏิบัติตามแนวโน้มเหล่านี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา: UAE มีกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่แข็งแกร่งเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ์การค้า สิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้ส่งออกที่ต้องการป้องกันสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญา และเป็นโอกาสในการเจรจาตลาด - กฎหมายแรงงานและกฎระเบียบ: UAE มีกฎหมายแรงงานและกฎระเบียบที่เข้มงวดที่ต้องปฏิบัติตามโดยธุรกิจที่ดำเนินการในประเทศ ซึ่งอาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจและต้นทุนที่สูงขึ้น - กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม: UAE กำลังพยายามปรับปรุงกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อแก้ไขปัญหา เช่น มลภาวะทางอากาศ และการขาดแคลนน้ำ รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้ส่งออกควรพิจารณาผลกระทบของผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานของพวกเขา ผู้ประกอบการไทยต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่น

ที่มา: คณะทำงานบริษัท มาร์เก็ตเมทริกซ์ เอเชีย จำกัด

โอกาสด้านการตลาด (Market opportunity)

การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้ม และโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ไทย ในการเข้าถึงความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภคในประเทศอาหรับเอมิเรตส์

- Dubai Plan 2021
- UAE Vision 2021
- ภาพรวมเศรษฐกิจ
- แนวโน้มโอกาสทางธุรกิจ
- ความต้องการสินค้าและบริการ
- ช่องทางการตลาด ข้อมูลการตลาดเชิงลึก
- บทวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

Dubai Plan 2021

คือ แผนยุทธศาสตร์ที่ถูกวางไว้เพื่อสร้างให้ดูไบเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ และด้านการเงินของโลก โดยมุ่งเน้นให้ประชาชนได้มีคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน และประชากรอยู่อย่างมีความสุข ในการนี้ทางการดูไบได้ตั้งเป้าหมายการพัฒนาที่ครอบคลุม 6 ด้าน ประกอบไปด้วยประชาชน (People) สังคม (Society) ประสบการณ์ (Experience) สถานที่ (Place) เศรษฐกิจ (Economic) และภาครัฐ (Government)

UAE Vision 2021

คือ วิสัยทัศน์ในการสร้างมาตรฐาน และยกระดับสำหรับรัฐอาหรับเอมิเรตส์ให้เกิดการพัฒนาทัดเทียมมาตรฐานสากลโลก โดยกำหนดหัวข้อการพัฒนาไว้ทั้งสิ้น 6 ด้าน ประกอบด้วย มาตรฐานการรักษาพยาบาลระดับโลก (World-Class Healthcare) การแข่งขันทางเศรษฐกิจ (Competitive Knowledge Economy) สังคมที่ปลอดภัย และระบบยุติธรรม (Safe Public and Fair Judiciary) สังคมที่อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (Cohesive Society and Preserved Identity) คุณภาพการศึกษาระดับโลก (First-Rate Education System) และสิ่งแวดล้อม และโครงสร้างพื้นฐานที่ยั่งยืน (Sustainable Environment and Infrastructure)

สถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองดูไบ ได้รายงานถึงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาสำหรับรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ได้นำเสนอแผนและยุทธศาสตร์ในอนาคตที่จะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในด้านต่าง ๆ เช่น ในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ด้าน AI ด้านการปฏิวัติอุตสาหกรรมยุค 4 (4 IR) และด้านอวกาศ เป็นต้น นอกจากนี้ คณะรัฐมนตรีสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังอนุมัติการจัดตั้ง UAE Council for the Fourth Industrial Revolution การเปิดตัวแผนยุทธศาสตร์ UAE Strategy for the Fourth Industry Revolution ในเดือนกันยายน ค.ศ.2017 โดยมีเป้าหมายให้สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์เป็นอันดับโลกเรื่องการปฏิวัติอุตสาหกรรมยุคที่ 4 และเพิ่มพูนศักยภาพในการแข่งขันของภาคเศรษฐกิจ โดยการเพิ่มนวัตกรรม ก้าวหน้า และเทคโนโลยีของโลกในยุคอนาคตให้รวมอยู่ในการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ รวมทั้งด้านดิจิทัล เทคโนโลยีชีวภาพ มีการจัดทำ National Space Strategy 2030 ซึ่ง เปิดตัวเมื่อมีนาคม ค.ศ.2019 การตั้ง National Strategy for Advance Innovation ยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรมที่ก้าวหน้า ซึ่งเปิดตัวเมื่อตุลาคม ค.ศ. 2017 การจัดทำ National Strategy for Well-being 2031 เน้นความกินดีอยู่ดีของประชาชน ซึ่งเปิดตัวเมื่อมิถุนายน ค.ศ. 2019 ซึ่งแผนเหล่านี้เป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสำหรับรัฐอาหรับเอมิเรตส์ในอนาคตในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาให้ประเทศยูเออี เป็นประเทศในระดับโลกในอนาคต

ในเดือนธันวาคม ค.ศ. 2019 รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ได้ประกาศให้ปี 2020 เป็นปีที่จะแสดงวิสัยทัศน์ของยูเออีไปอีก 50 ปีข้างหน้า “2020 : Toward the Next 50” สำหรับยุทธศาสตร์และแผนการปฏิบัติการแห่งชาติของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์นั้น ต้องการให้ปี ค.ศ.2021 ที่สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์จะฉลองครบรอบ 50 ปีของประเทศ จะนำไปสู่การเปิดตัวสู่โลกอนาคตอีก 50 ปีข้างหน้า ซึ่งสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีเป้าหมายที่จะให้ปี ค.ศ.2071 สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์จะเป็นประเทศที่ดีที่สุดในโลกในด้านต่าง ๆ เพื่อฉลองครบ

100 ปีของประเทศ และในปี ค.ศ. 2020 นี้จะเป็นการเตรียมตัวและกำหนดกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่แผนปฏิบัติการแห่งชาติโดยการเตรียมตัวของทุกภาคส่วนให้เข้าสู่ยุคหลังของการผลิตน้ำมัน

นอกจากแผนยุทธศาสตร์ข้างต้น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังมีแผนขับเคลื่อนประเทศแบบคู่ขนานในหลากหลายมิติอีกหลายนโยบาย อาทิ Abu Dhabi's Economic and Environment Vision 2030 และ Dubai's Industrial Strategy 2030

ภายใต้แผน Abu Dhabi's Economic and Environment Vision 2030 รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ได้ประกาศสร้างเมืองใหม่ที่ยั่งยืนขนาด 397,000 ตร.ม. บนเกาะยาสในอาบูดาบี การก่อสร้างเมืองที่ยั่งยืนมูลค่า 1,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (AED) หรือ ราว 16,156 ล้านบาท มีกำหนดเริ่มในไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ และตั้งเป้าจะแล้วเสร็จภายใน 30 เดือน

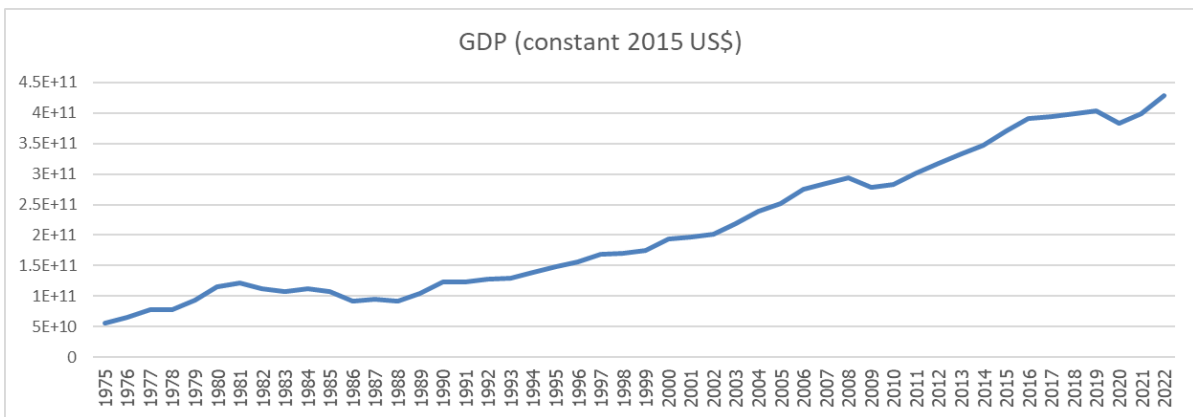
เมืองที่ยั่งยืน ซึ่งตั้งอยู่บนเกาะยาส (ทางตอนเหนือของเกาะ) ใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “The Sustainable City-Yas Island” จะประกอบด้วยทาวน์เฮาส์และอพาร์ทเมนต์ 864 หลัง และมีพื้นที่ค้าปลีก 3,000 ตร.ม. โดยทั้งเมืองนี้จะใช้พลังงานหมุนเวียน ทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถประหยัดค่าไฟได้ถึงร้อยละ 100

ภาพรวมเศรษฐกิจ

แนวโน้มผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP)

ข้อมูลจากธนาคารโลก (World Bank) ระบุผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ปี 2022 ของสหรัฐอเมริกา อยู่ที่ 485.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ เติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 6.6 จากแผนภาพที่ 1 ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้ม GDP ของสหรัฐอเมริกาที่เติบโตขึ้นอย่างมากในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา คาดการณ์ว่าจะมีแนวโน้มเติบโตขึ้นต่อเนื่องร้อยละ 4.1 ต่อปีจนถึงปี 2026

แผนภาพที่ 1 แนวโน้มผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP)

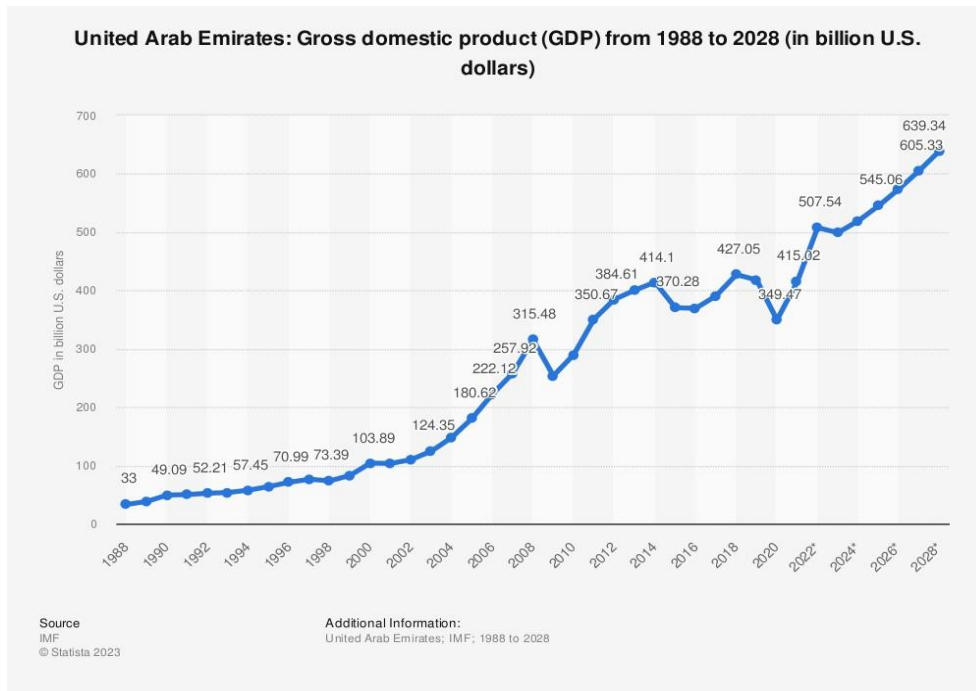


ที่มา : world bank

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ร่ำรวยจากทรัพยากรพลังงาน มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงสุดในภูมิภาคอาหรับ และคาดว่าจะเติบโตถึง 639.4 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2028 ดังแสดงในแผนภาพที่ 2

จากนโยบาย UAE Vision 2021 สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์พยายามลดการพึ่งพิงรายได้จากธุรกิจน้ำมัน จากแผนภาพที่ 3 เห็นได้ว่าตั้งแต่ปี 2019 เป็นต้นมา ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ที่เกิดจากอุตสาหกรรมที่ไม่ใช่น้ำมันมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจนมากกว่า ยกเว้นในปี 2022 ซึ่งเป็นปีที่ทั่วโลกเริ่มฟื้นจากวิกฤต Covid-19 มีความต้องการใช้พลังงานน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น

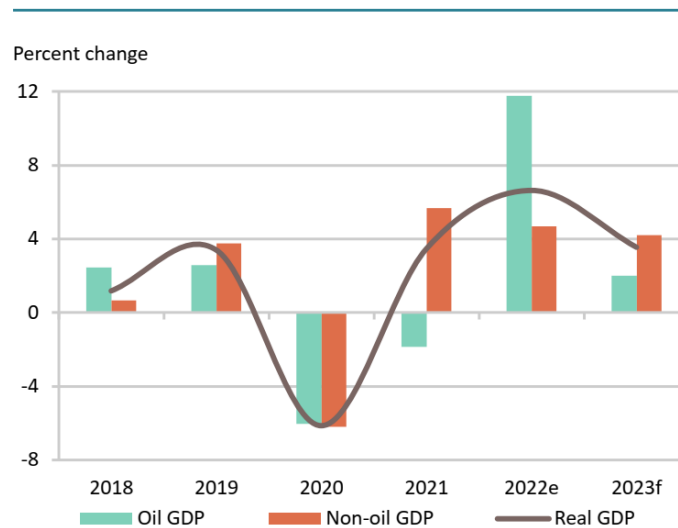
แผนภาพที่ 2 คาดการณ์การเติบโตของ GDP ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์



ที่มา : world bank

แผนภาพที่ 3 การเติบโตของ GDP ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เปรียบเทียบ Oil และ Non-oil

FIGURE 1 United Arab Emirates / Annual real GDP growth



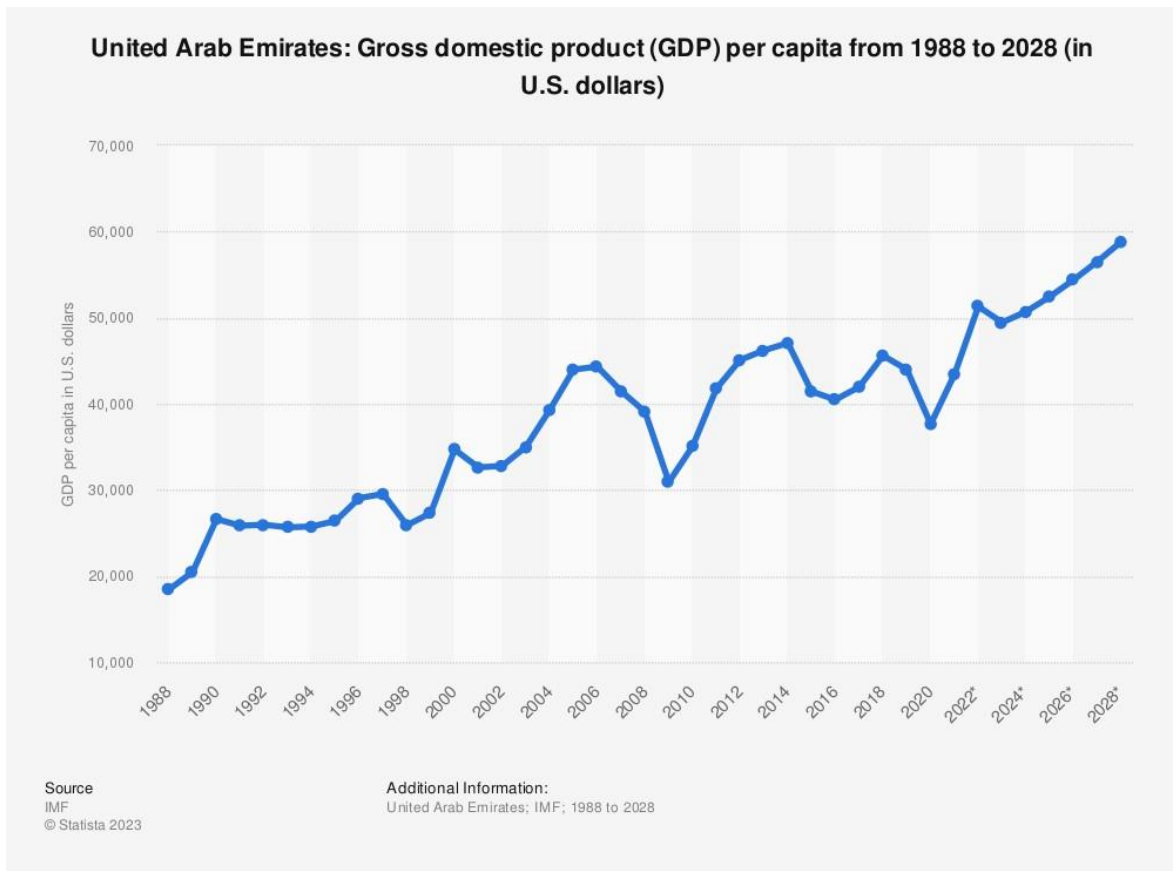
Sources: UAE authorities, IMF WEO, and World Bank staff estimates.

ที่มา : world bank

ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเฉลี่ยต่อหัว (GDP per capita)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเฉลี่ยต่อหัวของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ในอดีตเติบโตจากการเปิดท่าเรือและเขตเศรษฐกิจ Free Zone และปรับลดลงตามภาวะตลาดน้ำมันและสถานการณ์อื่น ๆ อาทิ โควิด-19 ความกังวลจากสภาวะสงครามระหว่างรัสเซีย-ยูเครน และภาวะเงินเฟ้อทั่วโลก ข้อพิพาทในเรื่องกำลังการผลิตน้ำมันของประเทศกลุ่มโอเปค โดยรายได้ต่อหัวในปี 2022 คือ 51,149.2 เหรียญสหรัฐต่อคน และคาดการณ์หากสถานการณ์ต่าง ๆ ข้างต้นกลับสู่ภาวะปกติ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเฉลี่ยต่อหัวในปี 2028 จะอยู่ที่ 58,816.62 เหรียญสหรัฐต่อคน

แผนภาพที่ 4 GDP per capital ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

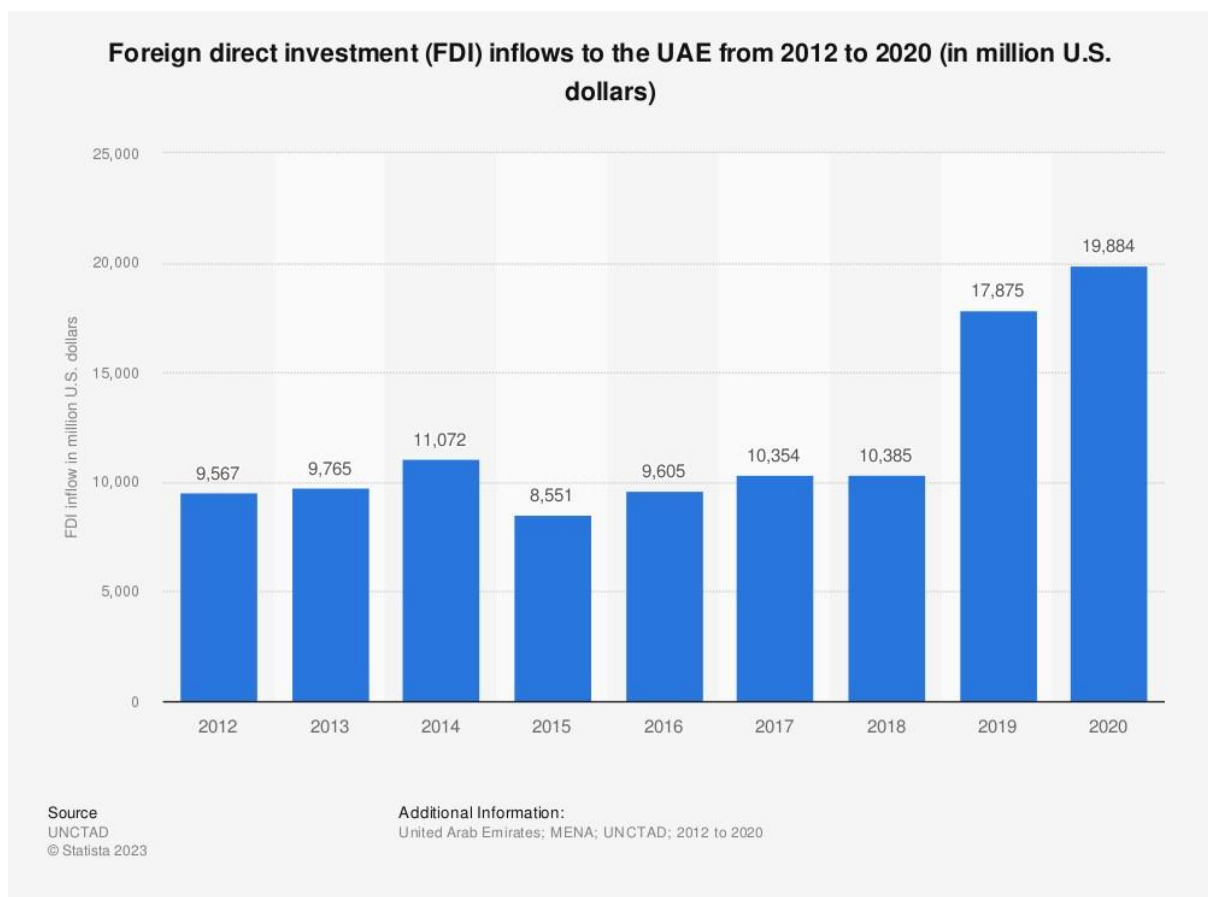


ที่มา : Statista

การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI)

จากแผนภาพที่ 5 Statista นำเสนอถึงการลงทุนจากต่างประเทศสู่สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์เติบโตอย่างก้าวกระโดดจากมูลค่า 10,988 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2018 สู่ 19,884 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2020 และในปี 2022 ในการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) รายงานการลงทุนโลก ปี 2023¹ ว่าเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ที่ไหลเข้าสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10 ในปี 2022 จากปี 2021 คิดเป็นมูลค่าการลงทุนถึง 2.3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่ทั่วโลกเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศลดลงร้อยละ 12 ทั้งนี้ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นหนึ่งในประเทศที่มีความก้าวหน้ามากที่สุดในกระบวนการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม โดยมีภาคส่วนต่าง ๆ ที่พัฒนาแล้ว เช่น บริการทางการเงิน การค้า และการท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 5 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ระหว่างปี 2012 ถึง 2020



ที่มา : Statista

จากรายงานของ Dubai FDI Monitor ซึ่งรวบรวมโดยกระทรวงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของดูไบ (Dubai’s Department of Economy and Tourism : DET) และจากฐานข้อมูลของ ‘fDi Markets’ ของ Financial Times ระบุว่า ดูไบเป็นเมืองที่ได้รับการลงทุนใหม่ (Greenfield Investment) จากต่างชาติคิดเป็น

¹ <https://www.reuters.com/markets/uae-attracts-record-23-bl-foreign-investment-2022-un-report-2023-07-05/>

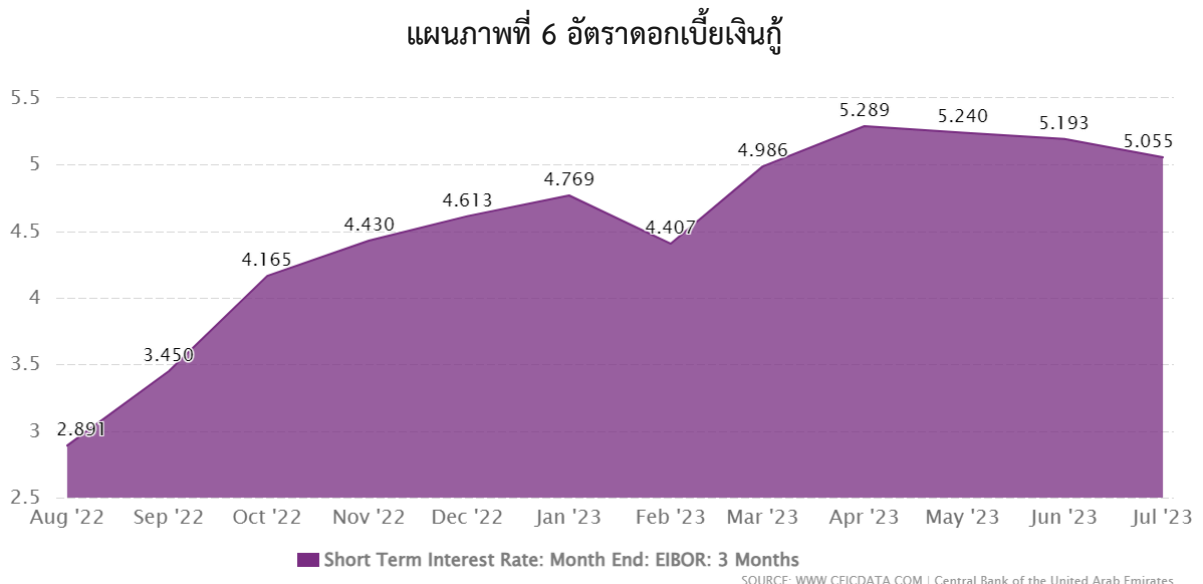
จำนวน 451 โครงการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 107.7 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งนับว่าเป็นสถิติการลงทุนจากต่างประเทศในสาขาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มากที่สุดแห่งเมืองใหญ่ๆ ทั่วโลก เช่น ลอนดอน สิงคโปร์ ปารีส และเบอร์ลิน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นการรวมของการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มจากงานศิลปะ ธุรกิจ และเทคโนโลยี เป็นภาคอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีศักยภาพในการสร้างงานและผลักดันการเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถใช้หาประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมผ่านทรัพย์สินทางปัญญา ตัวอย่างอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น Content Industry ซึ่งรวมถึง ซอฟต์แวร์ เกมส์ บริการการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบกำหนดเอง สถาปัตยกรรม วิศวกรรม และบริการที่เกี่ยวข้อง ได้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง การประมวลผลข้อมูล Data Processing เป็นเจ้าภาพจัดงานและการประชุมสำคัญและบริการที่เกี่ยวข้อง

สืบเนื่องจากเมืองดูไบ เป็นศูนย์กลางแหล่งช้อปปิ้งเครื่องประดับอัญมณี เสื้อผ้า เครื่องหนัง แบรินด์เนมหรูหรา ดึงดูดอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิงเสียงให้เข้ามาลงทุน โดยมี Dubai Studio City เป็นสถานที่ตั้งบริษัทและสตูดิโอผลิตภาพยนตร์และรายการทีวี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบทบาทของเมืองกำลังขยายตัว วิธีเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวและความยืดหยุ่นของดูไบในการปลูกฝังอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เหล่านี้ทั้งหมด อันสอดคล้องกับการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ UAE Vision 2021

ดอกเบีย

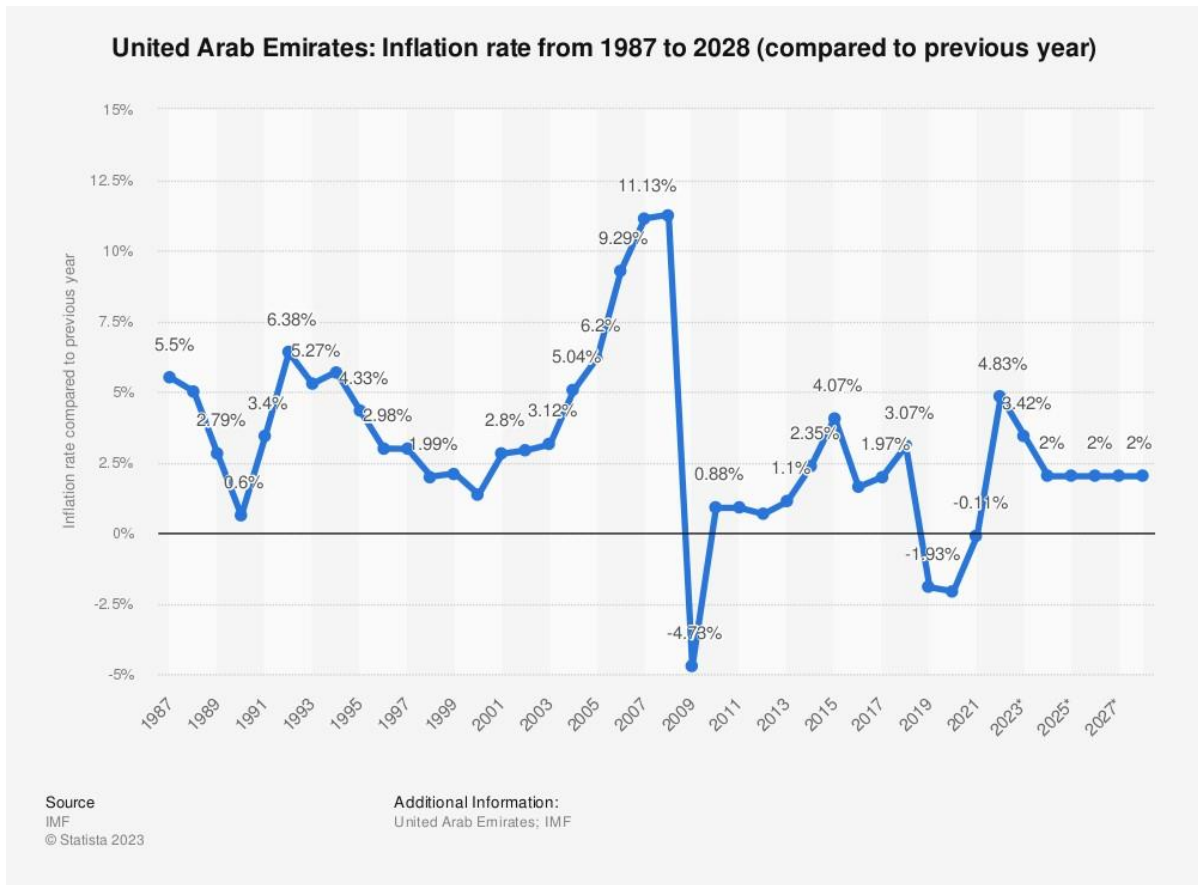
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้นตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2022-กรกฎาคม 2023 อยู่ในช่วงร้อยละ 2.89-5.05 ดังแสดงในแผนภาพที่ 6



เงินเฟ้อ

อัตราเงินเฟ้อในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ในปี 2019 เป็นภาวะเงินฝืดอยู่ที่ร้อยละ -1.93 แต่มีแนวโน้มที่จะกลับมาเป็นภาวะเงินเฟ้ออีกครั้ง คาดการณ์ว่าจะอยู่ที่ระดับร้อยละ 2 ในปี 2028 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราเงินเฟ้อ ได้แก่ รายได้จากการจำหน่ายน้ำมัน โดยสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์คงนโยบายปริมาณน้ำมันสำรองไว้คงที่เท่าเดิม ขณะที่พร้อมจะเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อส่งออกน้ำมันตามปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้น

แผนภาพที่ 7 อัตราเงินเฟ้อระหว่างปี 1987 ถึง 2028

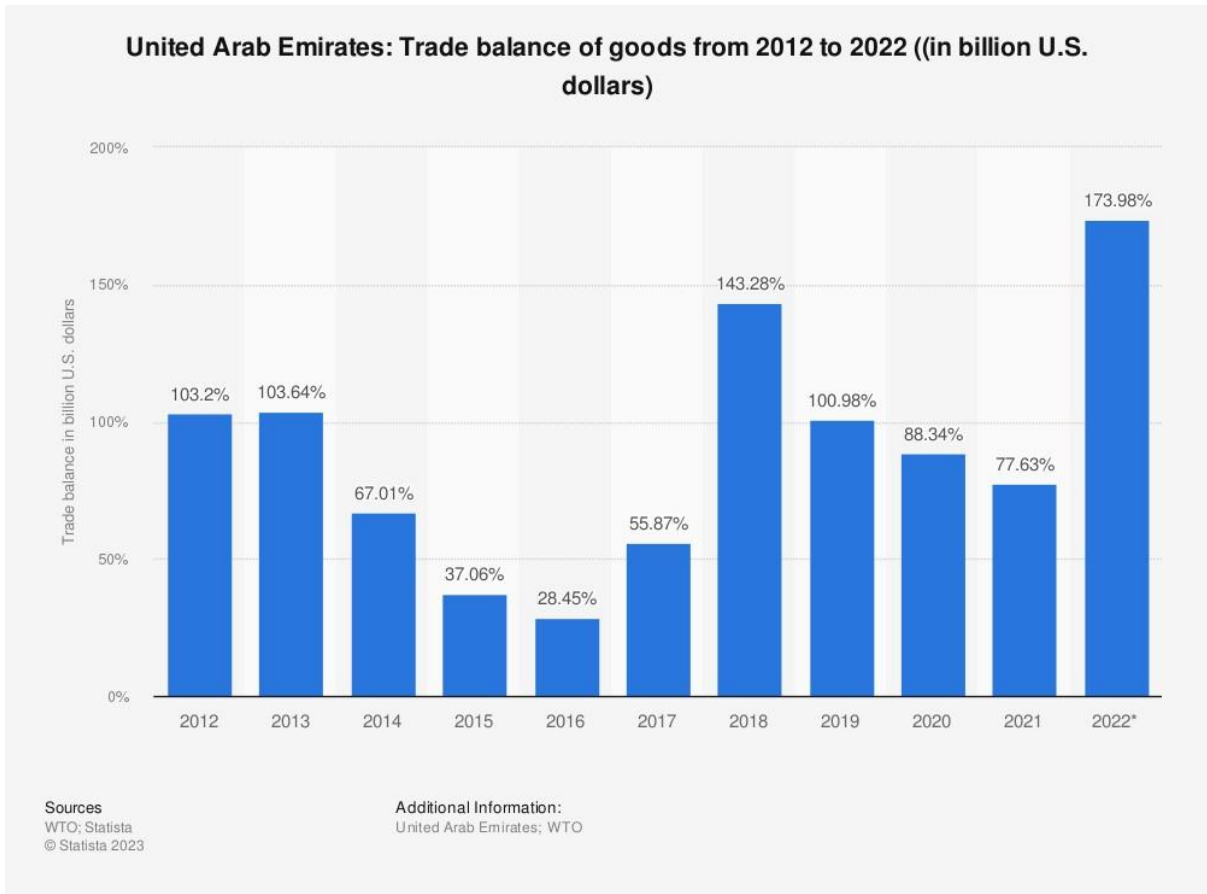


ที่มา : Statista

ดุลการค้า (Trade Balance)

สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีการดำเนินนโยบายการค้าแบบเกินดุล ในปี 2021 อันหมายถึง มูลค่าการส่งออกที่สูงกว่ามูลค่านำเข้า ดุลการค้าสินค้าคิดเป็น 77.63 พันล้านเหรียญสหรัฐ และในปี 2022 มีมูลค่าดุลการค้าแบบเกินดุลถึง 173.98 พันล้านเหรียญสหรัฐ สาเหตุหลักมาจากมูลค่าการส่งออกน้ำมันสูงเมื่อเทียบกับหมวดสินค้าที่นิยมนำเข้า เช่น สินค้าเกษตร เชื้อเพลิงและผลิตภัณฑ์เหมืองแร่และการผลิต เป็นต้น

แผนภาพที่ 8 ดุลการค้าของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ระหว่างปี 2012-2022



ที่มา : Statista

แหล่งเงินทุน

เงินกู้สถาบันการเงิน

โปรแกรมสนับสนุนทางการเงิน
(Business Grant)

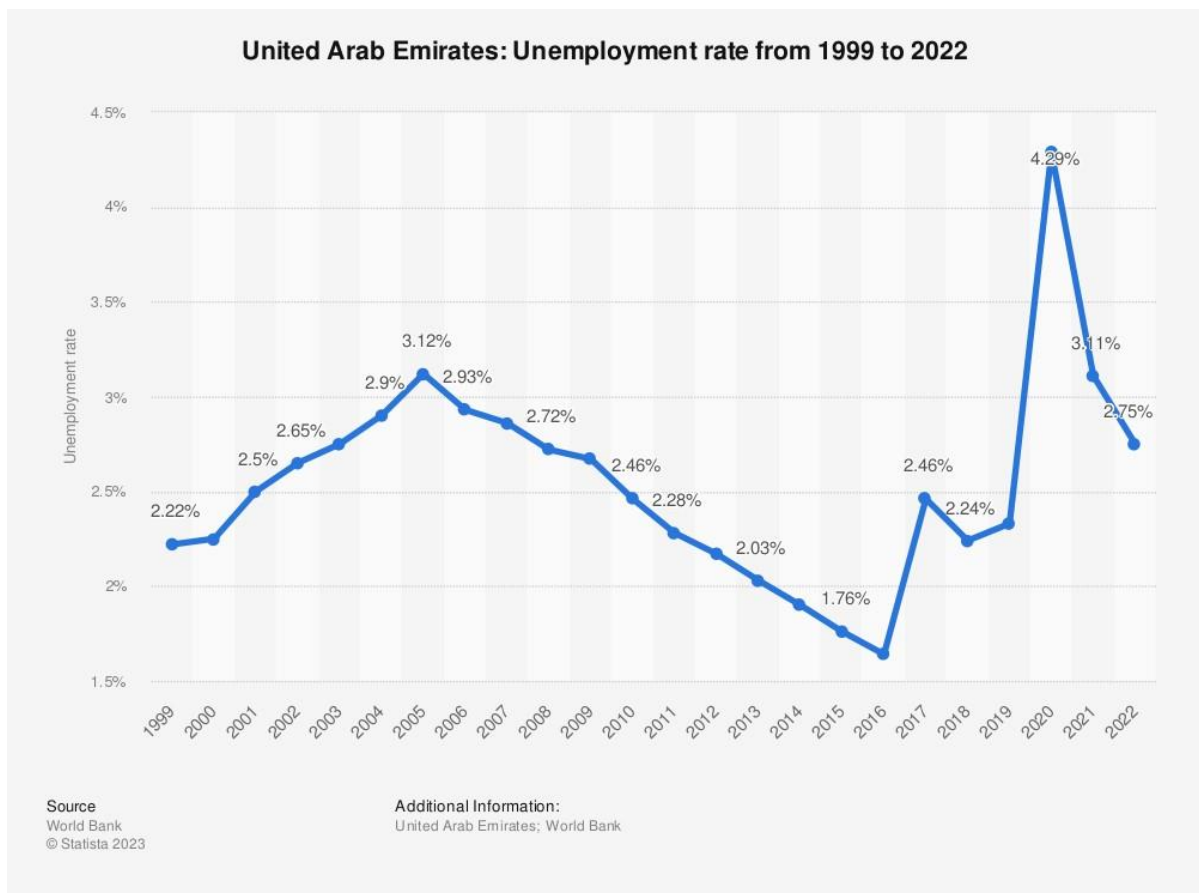
ดอกเบี้ยร้อยละ 5.40 ต่อปี (กันยายน 2023)

- Dubai SME สนับสนุนงบประมาณสำหรับการให้คำปรึกษาและ บ่มเพาะ SME สตาร์ทอัพ และธุรกิจเริ่มต้น ให้การสนับสนุนด้าน Hardware และ Software ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี
 - Innovation Impact Grant Programme สำหรับธุรกิจนวัตกรรม ที่เข้าและอยู่ในตลาดได้อย่างแข็งแกร่งและต้องการที่จะขยายธุรกิจ (Maturity and Scalability)
 - Mohammed Bin Rashid Innovation Fund ด้วยเงินกองทุน มูลค่ากว่า 2 พันล้าน AED มุ่งสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ด้าน นวัตกรรมและเทคโนโลยี
- นักลงทุน (Angel Investors)
- Arzan Venture Capital มุ่งเน้นการร่วมลงทุนในผู้ประกอบการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในระยะต้นถึงระหว่างการพัฒนา โดยร่วม ลงทุนครั้งละ 1-20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
 - VC อื่นๆ เช่น Dtec Ventures, Global Ventures, Wamda

อัตราการว่างงาน

อัตราการว่างงานของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ถือว่ามีอัตราต่ำเมื่อเทียบกับหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ในปี 2022 อัตราว่างงานในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์อยู่ที่ร้อยละ 2.75 แสดงให้เห็นความมีประสิทธิภาพในการจัดหางานของภาครัฐ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราว่างงาน คือ ปัจจัยเกี่ยวกับ ค่าเงิน อัตราดอกเบี้ย และ อัตราเงินเฟ้อ ที่รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีนโยบายบริหารงานที่ดีและการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐ ซึ่งส่งเสริมการจ้างงานและอัตราการรายได้ต่อหัวของคนในประเทศ

แผนภาพที่ 9 อัตราการว่างงานระหว่างปี 1999 ถึง 2022



ที่มา : Statista

แนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจ

กระแสรักสุขภาพ

ปัจจุบันแนวโน้มการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จากความนิยมเรื่องสุขภาพและสถานการณ์ Covid-19 ทำให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้เทรนด์เรื่องอาหารเพื่อสุขภาพได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น

ข้อมูลจาก Alpen Capital ปี 2021 ระบุถึงความต้องการอาหารของสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 เป็นปริมาณ 10.1 ล้านตัน เนื่องจากเป็นประเทศที่นำเข้าอาหารเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออกต่อ (Re-export) อีกทั้งจำนวนประชากรที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น

ชาวอินเดียนซึ่งเป็นชาวต่างชาติกลุ่มใหญ่ในสหรัฐอเมริกาเริ่มรับประทานอาหารรสจัดอย่างอาหารไทยที่มีรสเผ็ด ตามโรงแรมที่มีระดับมักจะมีร้านอาหารไทยสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ส่วนผลไม้ไทยรู้จักกันแพร่หลาย มีจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป เช่น เงาะ มังคุด มะขามหวาน มะม่วง นอกจากนี้ ผลไม้ไทยยังมีสรรพคุณเด่นในด้านการส่งเสริมสุขภาพและความงามในขณะที่กระแสรักสุขภาพในประเทศกำลังเพิ่มขึ้น จึงเป็นอีกโอกาสที่จะช่วยเปิดตลาดผลไม้ไทยอีกหลายชนิดเข้าสู่ตลาดนี้

ความมั่นคงทางอาหาร

นอกจากนี้รัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้สร้างมาตรการรับมือกับความท้าทายความมั่นคงทางอาหารให้เพียงพอต่อประชากรในประเทศ และให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางอาหาร มองหาความมั่นคงด้านทรัพยากรอาหารราคาถูกมาตั้งแต่ทศวรรษ 2000 โดยแบ่งการดำเนินงาน 2 ช่องทาง คือ ค้นหาแหล่งผลิตอาหารจากภายนอก ในระยะแรกได้แสวงหาเพื่อเพาะปลูกพืชอาหารในต่างประเทศ มีนโยบายกระจายแหล่งนำเข้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และช่องทางที่สอง รัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้เร่งรัดการวิจัยและพัฒนาพันธุ์และเทคโนโลยีเพื่อเพาะปลูกพืชให้ได้ในประเทศซึ่งพื้นที่เป็นทะเลทราย ให้สามารถปรับตัวได้ในสภาพภูมิอากาศร้อน ใช้เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเกษตรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

ธุรกรรมบนโลกดิจิทัล

ภายใต้ยุทธศาสตร์ “2020 : Toward the Next 50” ได้กำหนดให้ Dubai Commer City คือ เขตสินค้า Free Zone แห่งเดียวในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาซึ่งตั้งขึ้นมาเพื่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โดยเฉพาะ มีการอำนวยความสะดวกให้กับบริษัทที่จะเข้ามาใช้บริการตั้งแต่เริ่มต้น ทำให้ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถเข้ามาทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซในดูไบได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สำคัญในอนาคตที่จะช่วยให้ SME ไทย ในการขายสินค้าในตลาด ตะวันออกกลางและแอฟริกา

มุ่งสู่ความยั่งยืน

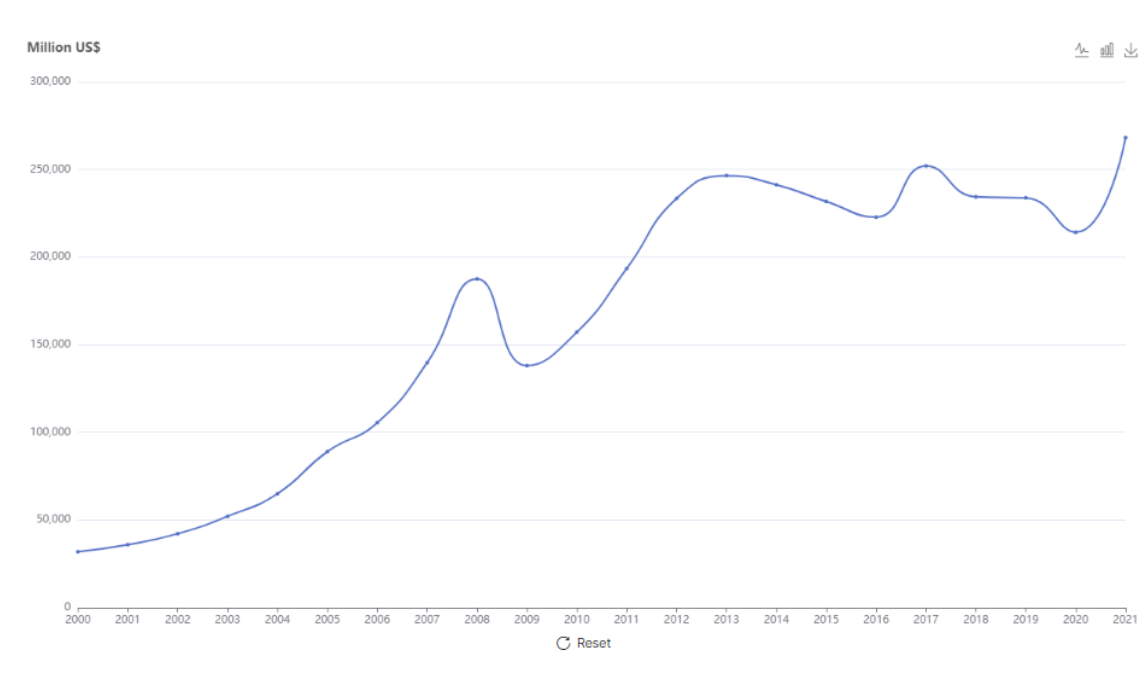
ในขณะที่นโยบาย Abu Dhabi’s Economic and Environment Vision 2030 มุ่งเน้นการสร้างเมืองที่มุ่งสู่ความยั่งยืน มีความต้องการธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างความยั่งยืน อาทิ ธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อม ธุรกิจประหยัดพลังงาน เป็นโอกาสแก่ผู้ประกอบการ SME ในธุรกิจ BCG ของไทยที่จะเข้าไปให้ลงทุนเพื่อให้บริการในเมืองดังกล่าว

ความต้องการสินค้าและบริการ

มูลค่าการนำเข้าสินค้าของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ในปี 2021 มีมูลค่าทั้งสิ้น 268.26 พันล้านเหรียญสหรัฐ ดังแสดงในแผนภาพที่ 10 เป็นประเทศนำเข้าสูงสุดลำดับที่ 17 ของโลก โดยคู่ค้าสำคัญที่สุด ได้แก่ จีน คิดเป็นมูลค่าการนำเข้า 51.80 พันล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมา ได้แก่ อินเดีย (20.88 พันล้านเหรียญสหรัฐ) และ สหรัฐอเมริกา (16.88 พันล้านเหรียญสหรัฐ)

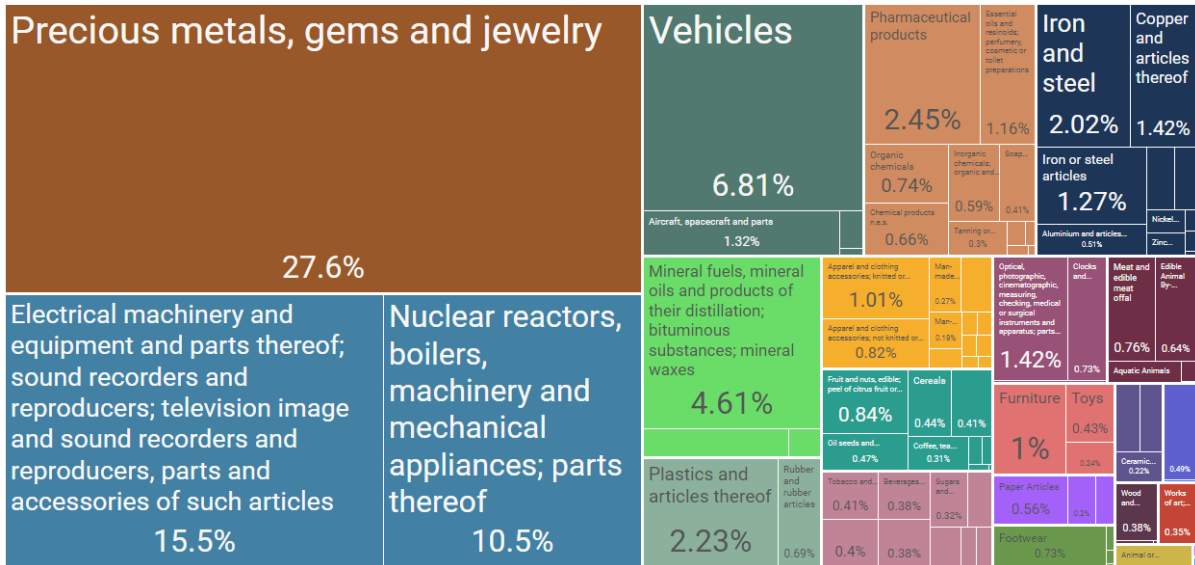
โดยสินค้านำเข้า 5 อันดับแรก ดังแสดงในแผนภาพที่ 11 ได้แก่ (1) โลหะมีค่า อัญมณี และเครื่องประดับมีค่า (73.92 พันล้านเหรียญสหรัฐ, ร้อยละ 27.6) (2) เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ (41.45 พันล้านเหรียญสหรัฐ, ร้อยละ 15.5) (3) ชิ้นส่วนเตาปฏิกรณ์ (28.28 พันล้านเหรียญสหรัฐ, ร้อยละ 10.5) (4) ยานยนต์ (18.27 พันล้านเหรียญสหรัฐ, ร้อยละ 6.81) และ (5) เชื้อเพลิงแร่และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากการแปรรูป (12.39 พันล้านเหรียญสหรัฐ, ร้อยละ 4.61)

แผนภาพที่ 10 มูลค่าการนำเข้าสินค้าตั้งแต่ปี 2000-2021



ที่มา : tradedata.pro

แผนภาพที่ 11 สินค้านำเข้าสำคัญปี 2021



ที่มา : tradedata.pro

ส่วนแบ่งการตลาด (market share) ของสินค้าไทย

แผนภาพที่ 12 นำเสนอข้อมูลจาก OEC ในปี 2021 สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์นำเข้าสินค้าจากประเทศไทยมูลค่า 3.08 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยหมวดหมู่สินค้าที่นำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่

1. ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 25 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยทั้งหมด โดยแบ่งเป็นยานยนต์ทั่วไปร้อยละ 15.7 ยานยนต์เพื่อการขนส่งร้อยละ 4.66 และชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ร้อยละ 3.16 เนื่องจากไทยเป็นหนึ่งในฐานการผลิตรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย และมีการผลิตชิ้นส่วนอะไหล่จำนวนมากให้กับแบรนด์ยานยนต์ระดับโลกหลายราย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นประเทศที่มีความมั่งคั่ง นิยมสินค้าหรูหราและภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงมีการส่งออกซ้ำ (Re-Export) ไปยังประเทศกลุ่มตะวันออกกลางอื่นๆ เป็นโอกาสแก่ผู้ประกอบการ SME ไทย ในการส่งออกชิ้นส่วนอะไหล่ ส่งออกแรงงานช่างยนต์ฝีมือ รวมทั้งโอกาสในการลงทุนธุรกิจบำรุงรักษายานยนต์ในอนาคต
2. ชิ้นส่วนเครื่องใช้สำนักงาน เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำความเย็น ชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องออกอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ คิดเป็นสัดส่วน มากกว่าร้อยละ 20 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยทั้งหมด โดยร้อยละ 5.84 เป็นสัดส่วนการส่งออกชิ้นส่วนเครื่องใช้สำนักงานร้อยละ 5.67 เป็นสัดส่วนการส่งออกเครื่องปรับอากาศ และร้อยละ 4.04 เป็นสัดส่วนการส่งออกชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องออกอากาศ ซึ่งเครื่องปรับอากาศประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกมากเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากประเทศจีน ในปี 2563 มีการส่งออกทั่วโลกคิดเป็นมูลค่า 162,549 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 11 ของมูลค่าการส่งออกทั้งโลก และมีแนวโน้มจะเติบโตอย่างต่อเนื่องในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เนื่องจากเป็นประเทศในคาบสมุทรอาหรับ มีสภาพอากาศที่ร้อนตลอดปี

ประกอบกับการเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลจากยุทธศาสตร์ “2020 : Toward the Next 50”

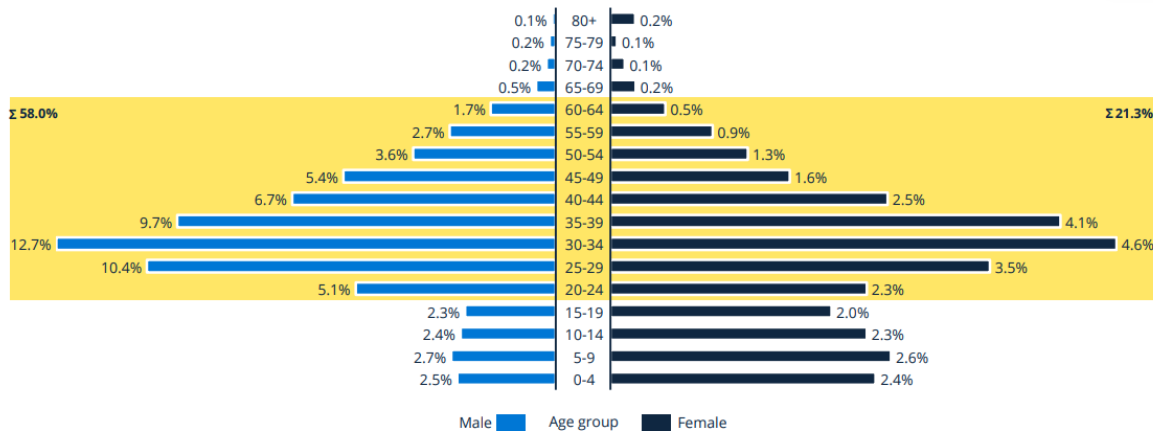
3. **แผ่นไม้เทียม (Wood Fiberboard)** คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.62 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยทั้งหมด เพื่อนำไปใช้เป็นวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งที่อยู่อาศัย รองรับการผลิตของภาคอสังหาริมทรัพย์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในยุทธศาสตร์ “2020 : Toward the Next 50” อันเป็นผลจากยุทธศาสตร์ “2020 : Toward the Next 50” ที่มุ่งพัฒนาโครงการเมืองต่างๆ เช่น “The Sustainable City-Yas Island เป็นต้น
4. **อัญมณี และเครื่องประดับมีค่า** คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 6 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยทั้งหมด ในรูปแบบของฐานการผลิตแบบ OEM เพื่อจำหน่ายแก่ผู้ทำนักและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์มากขึ้นหลังสถานการณ์ COVID-19 คลี่คลาย
5. **ปลาแปรรูป** รวมไปถึงอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยทั้งหมด ซึ่งเป็นไปตามนโยบายความมั่นคงทางอาหารของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ ประชากรเกือบทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์เป็นชาวมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลาม อาหารที่นำเข้าจะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานสินค้าฮาลาล ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพส่งออกอาหารฮาลาล เป็นอันดับ 1 ของอาเซียน และเป็นอันดับที่ 12 ของโลก ในปี 2564 ไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาล รวม 4,188.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นับเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.13 ของมูลค่าการส่งออกอาหารทั้งหมดของไทย ขยายตัวจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.12

บทวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค

กลุ่มประชากรหลักมีอายุอยู่ในช่วงอายุ 20-64 ปี ถือเป็นร้อยละ 79.3 ของประชากรทั้งหมด ส่วนใหญ่ประชากรเป็นเพศชาย

แผนภาพที่ 13 การกระจายตัวของประชากรสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์แยกตามช่วงอายุ ปี 2021

Population distribution in 2021



ที่มา: Statista

พฤติกรรมผู้บริโภคและลักษณะร้านค้าปลีกในประเทศ

ในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีร้านค้าปลีกสากลอยู่ทั่วประเทศและมีการพัฒนารูปแบบการชำระเงินอย่างเต็มรูปแบบ สามารถ การโอนผ่านมือถือ บัตรเครดิตและอื่น ๆ ได้ โดยร้านค้าปลีกสากลที่มี คือ SPAR และ Carrefour

โครงสร้างร้านค้ามีลักษณะเป็นไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และร้านลดราคา โดยปกติแล้ว ร้านค้าจะมีพื้นที่สำหรับวางสินค้าโปรโมชันลดราคา เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มักจะซื้อสินค้าจำนวนมากและซื้อในร้านค้าที่มีส่วนลดมากกว่าเพื่อจะประหยัดเงิน และอีกบริการที่ดึงดูดผู้บริโภคได้ คือ บริการส่งฟรี ถ้าหากร้านค้าไม่มีส่วนลดให้แต่มีบริการส่งฟรีก็สามารถได้ยอดขายจากการมีบริการรูปแบบนี้

Statista Consumer Market Outlook (2022) ระบุถึง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนประมาณ 17,173 เหรียญสหรัฐ โดยค่าใช้จ่ายหลัก 5 อันดับแรกได้แก่ บ้านและสาธารณูปโภค (ร้อยละ 28.3) อาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 17.1) การเดินทาง (ร้อยละ 10.8) ร้านอาหารและโรงแรม (ร้อยละ 7.9)

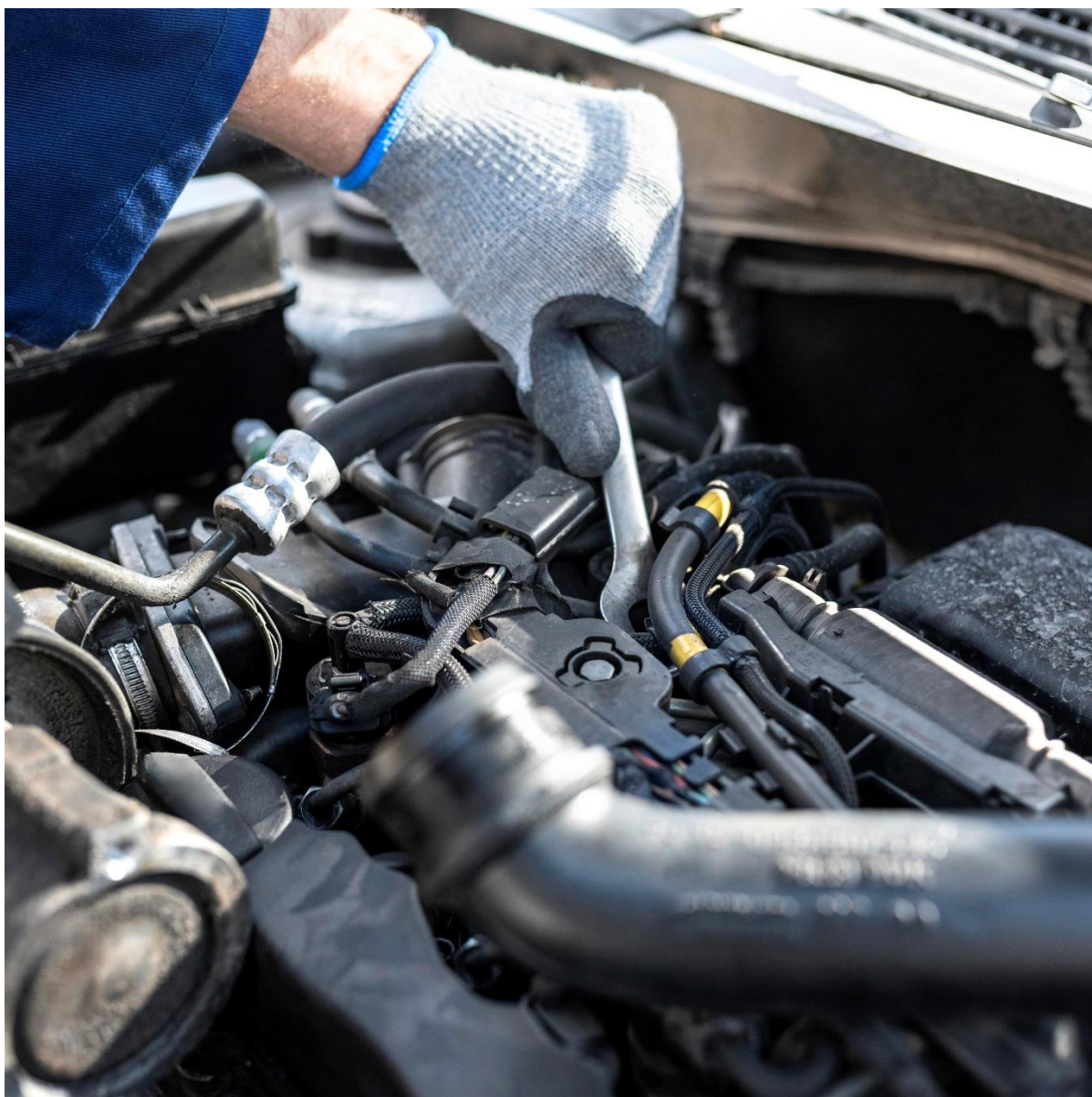
ตลาดดิจิทัล e-Commerce ถือเป็นสัดส่วนที่มีรายได้อยู่ที่ 11,520.0 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2021 คิดเป็นร้อยละ 81.6 ของตลาดดิจิทัล รองลงมาคือ ตลาด e-Services สร้างรายได้ 2,027 ล้านเหรียญสหรัฐ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของตลาด e-Commerce และ e-Services ที่สร้างรายได้สูง

เมื่อศึกษาเว็บไซต์หลักในตลาดออนไลน์จาก 10 เว็บไซต์ออนไลน์ที่ยอดขายสูงสุดแบ่งออกเป็น 4 อุตสาหกรรมดังนี้ (1) อิเล็กทรอนิกส์และสื่อ (2) แฟชั่น (3) ของเล่น งานอดิเรก & DIY (4) อาหารและการดูแลสุขภาพ โดยคาดการณ์ว่า ภายในปี 2025 รายได้จากอีคอมเมิร์ซในสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์จะเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 10.6 และกลุ่มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นสูงสุด คือ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มที่จะเติบโตสูงถึงร้อยละ 60.7

อุตสาหกรรมที่น่าสนใจ คือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้ารักสุขภาพและให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น ข้าวออร์แกนิก เครื่องสำอาง สินค้าเกษตรแปรรูป อาหารฮาลาล

อะไหล่และชิ้นส่วนยานยนต์

Auto Spare Parts



โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีความมั่งคั่ง นิยมสินค้าหรูหราและภาพลักษณ์ที่ดี มีผู้เข้ามาพำนักระยะยาวและนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เป็นประตูทางเข้า (Gateway) สู่กลุ่มประเทศตะวันออกกลางและทวีปแอฟริกาเหนือ หรือกลุ่มประเทศ MENA เป็นโอกาสแก่ผู้ประกอบการ SME ไทย ในการส่งออกชิ้นส่วนอะไหล่ ส่งออกแรงงานช่างยนต์ฝีมือ รวมทั้งโอกาสในการลงทุนธุรกิจบำรุงรักษายานยนต์ในอนาคต

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองคูไบ รายงานโดยอ้างอิงข้อมูลจาก TechSci Research เกี่ยวกับสินค้าชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ (Aftermarket Parts) ในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (MENA) จะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 7 ต่อปี คิดเป็นมูลค่าประมาณ 31 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2023 และคาดว่าปี 2024 ตลาดอะไหล่รถยนต์จะมีมูลค่าประมาณ 40 พันล้านเหรียญสหรัฐ จากปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นที่คาดว่าจะมีจำนวน 27 ล้านคัน ภายในปี 2023 ทำให้ความต้องการใช้อะไหล่จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ JAFZA ที่คาดว่า มูลค่าของตลาดอะไหล่ทดแทนในตะวันออกกลางอยู่ที่ประมาณ 39.49 พันล้านเหรียญสหรัฐ และตลาด e-Commerce อะไหล่รถยนต์ของสหรัฐอเมริกาจะมีมูลค่า 318.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ

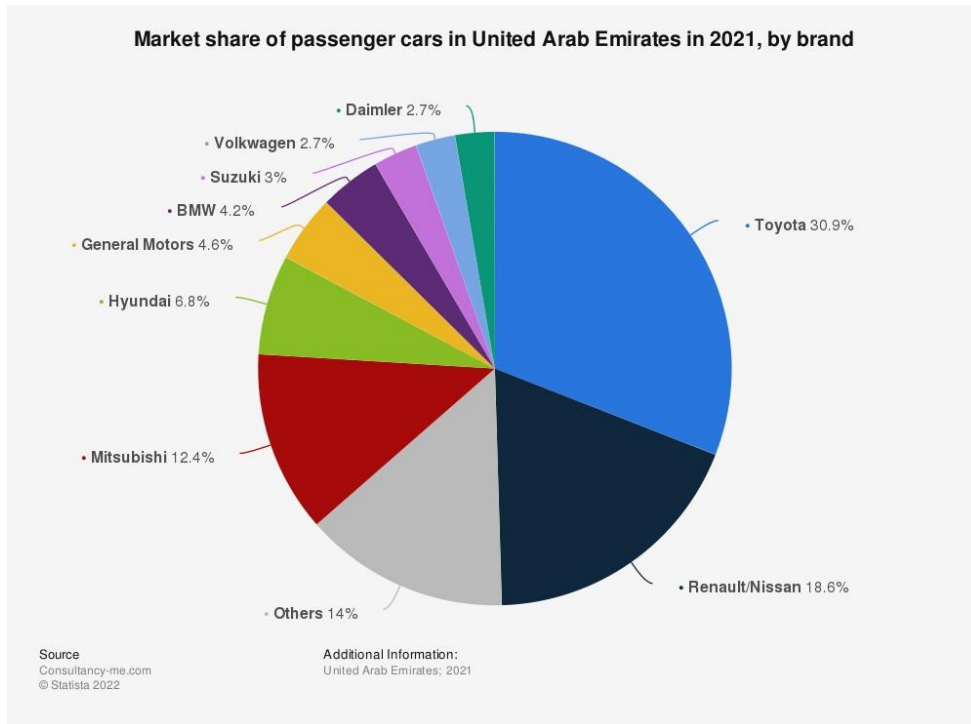
ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

ตลาดรถยนต์ใน UAE

Statista ได้วิเคราะห์ถึงแนวโน้มตลาดรถยนต์ใหม่สหรัฐอเมริกาจะเพิ่มขึ้นเท่าตัวระหว่างปี 2021 ถึง 2026 โดยตัวยังเป็นแบรนด์ผู้นำรถยนต์ส่วนบุคคลในตลาด เฉกเช่นเดียวกับกลุ่มประเทศ MENA ที่รถยนต์แบรนด์ญี่ปุ่นเป็นที่นิยม รองลงมาได้แก่ แบรนด์รถยนต์เกาหลีใต้และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ และประเภทรถยนต์ที่ชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ รถ SUV รองลงมาได้แก่ รถยนต์ซีดานและรถปิกอัพ

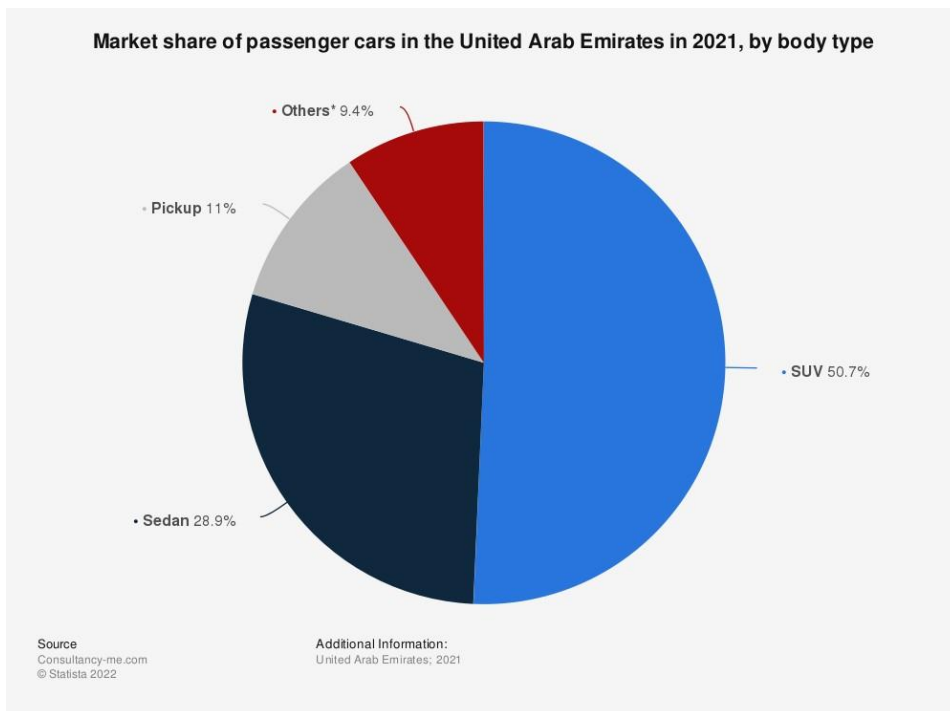
สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศอุตสาหกรรมยานยนต์ใหญ่เป็นอันดับที่สองในกลุ่มประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council หรือกลุ่มประเทศ GCC) รัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้ให้ความสำคัญกับการเติบโตกับอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นลำดับต้น ๆ เพื่อรองรับเศรษฐกิจที่ขยายตัว ในช่วงต้นของปี 2020 สหรัฐอเมริกาได้ก่อตั้งโรงงานผลิตรถยนต์แบรนด์รถสปอร์ตหรูในประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา การผลิต และการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่

แผนภาพที่ 14 ส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์ใหม่ จำแนกตามแบรนด์



ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 15 ส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์ใหม่ จำแนกตามประเภทการใช้งาน



ที่มา: Statista

พฤติกรรมผู้บริโภค

ตลาดรถยนต์มือสอง : ช่องทางการจำหน่ายชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์จากผู้ประกอบการไทย

“Used Car Market Insights” ของ CARS24 ซึ่งเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์ม e-Commerce สำหรับรถยนต์มือสองที่เติบโตเร็วที่สุด ระบุว่า ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ เกี่ยวกับการหาซื้อและซื้อรถยนต์มือสองได้เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการเลือกซื้อรถยนต์มือสองผ่านช่องทางออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียต่างๆ มากขึ้น แทนที่จะค้นหาซื้อรถยนต์มือสองจากหนังสือพิมพ์หรือจากการแนะนำบอกต่อ โดยพบว่าครึ่งหลังปี 2021 ถึงครึ่งปีแรกของปี 2022 มีจำนวนผู้ที่สนใจรถยนต์มือสองเพิ่มขึ้นร้อยละ 50-55 เมื่อพิจารณาคณรุ่นมิลเลนเนียล (Millennial) หรือ Gen Y ในสหรัฐ-อาหรับเอมิเรตส์จำนวนมากกว่าร้อยละ 55 นิยมซื้อรถยนต์มือสองทางออนไลน์ และเป็นกลุ่มที่มีความสนใจรถยนต์มือสอง มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 60 ของผู้ซื้อทั้งหมด ซึ่งจากพฤติกรรมกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลกำลังบ่งบอกว่ากลุ่มคนที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจส่วนใหญ่มาจากคนกลุ่มนี้ซึ่งมีพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากคนรุ่นเก่า ส่งผลให้ตอนนี้ธุรกิจหรือแบรนด์ต่างๆ ต้องมองย้อนกลับมาที่ตัวเองว่าในตอนนี้บริษัทมีรูปแบบธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มคนมิลเลนเนียลอยู่หรือไม่

รายงาน "UAE Used Car Growth Opportunities" ระบุว่า หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทิศทางตลาดรถยนต์มือสองของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังมีแนวโน้มที่ดี อัตราการเติบโตต่อปีระหว่างปี 2021-2025 ประมาณร้อยละ 8.3 คาดว่า รถยนต์จำนวนกว่า 1 ล้านคันจะมีการซื้อขายภายในปี 2025 ทั้งนี้เพราะแรงหนุนจากการเติบโตของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองได้มีการพัฒนาและยกระดับการขายและการให้บริการ ทำให้ลูกค้ามั่นใจและเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ผู้บริโภค ยังคงมีความต้องการซื้ออย่างต่อเนื่อง เพราะได้เปรียบเรื่องราคาเมื่อเทียบกับรถใหม่ อีกทั้งธุรกิจรถยนต์มือสอง เป็นหนึ่งในธุรกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่น่าจับตามอง เพราะนอกจากจะมีมูลค่าตลาดสูงมากแล้ว ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจต่อเนื่องอื่น ๆ ในระบบ ได้แก่ ธุรกิจซ่อมรถยนต์ และธุรกิจอะไหล่ยานยนต์ เป็นต้น

การผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์และอะไหล่ยานยนต์ในประเทศ

สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ได้กำหนดให้เขตนิคมอุตสาหกรรมปลอดภาษี (Jebel Ali Free Zone) มีโรงงานผลิตอะไหล่รถยนต์ ส่วนใหญ่เพื่อใช้ส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียงและแถบแอฟริกา สินค้าที่ผลิตได้แก่ Leaf Spring, U Bolt, Central Bolt, หม้อน้ำรถยนต์ และประกอบหลังคาถาวรทุก อย่างไรก็ตาม สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังคงอาศัยการนำเข้ายานยนต์และอะไหล่เพื่อการพาณิชย์จากต่างประเทศทั่วโลก

การนำเข้าชิ้นส่วนอุปกรณ์และอะไหล่ยานยนต์ในประเทศ

จากสถิติการนำเข้าสินค้าของประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ปี 2021 ระบุการนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์ (H.S code 8708) มีปริมาณ 837,743 ตัน มูลค่า 2,547 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดหัวในเชิงมูลค่าร้อยละ 11.4 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ทั้งนี้เนื่องจากผลจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศและตลาดส่งออกต่อ (Re-export) ลดลง

อย่างไรก็ตามการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ได้เริ่มฟื้นตัวในปี 2021-2022 จากกำลังซื้อที่ทยอยฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจ ประกอบกับอุตสาหกรรมยังได้แรงหนุนจากความต้องการของการลงทุนภาครัฐ และการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์และโลจิสติกส์ช่วยหนุนความต้องการรถเพื่อการพาณิชย์ ผู้ประกอบการมีแผนเปิดตัว รถยนต์รุ่นใหม่เพื่อกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่อง (ทั้งรถยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายในและรถยนต์ไฟฟ้า)

สำหรับความต้องการด้านชิ้นส่วนและอุปกรณ์อะไหล่รถยนต์เพื่อการทดแทน ยังคงมีการขยายตัวได้ตาม ยอดจำหน่ายยานยนต์สะสม เนื่องจากผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซ่อมบำรุงและรักษายานยนต์เก่ามากขึ้น เพื่อยืดเวลาการซื้อยานยนต์ใหม่ออกไป

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

คงเป็นไปได้ยากสำหรับผู้ประกอบการ SME ที่จะส่งออกยานยนต์ไปยังสหรัฐอเมริกาหรือแม้กระทั่งการเป็นดีลเลอร์ตัวแทนจำหน่ายแบรนด์รถยนต์ เนื่องจากขนาดของทรัพยากรที่ต้องใช้ และประเทศไทยยังไม่มีแบรนด์รถยนต์ของตัวเองที่เข้มแข็ง แต่โอกาสของผู้ประกอบการ SME ไทยยังมีในอุตสาหกรรมรองรับ (Supportive Industries) อาทิ การส่งออกชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบรนด์โตโยต้าที่มีสัดส่วนการถือครองตลาดสูงที่สุดเช่นเดียวกับประเทศไทย)

ประเทศไทยเองมีผู้ผลิตที่ทำการผลิตเพื่อป้อนให้กับตลาดทดแทนนี้ มีทั้งผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก จึงทำให้ชิ้นส่วนที่ผลิตได้นั้นมีคุณภาพที่หลากหลายทั้งอะไหล่แท้ อะไหล่ทดแทน และอะไหล่เทียม ประเภทของสินค้าเป็นทั้งอะไหล่แท้ (OEM) และอะไหล่ทดแทนสำหรับซ่อมบำรุง อาทิ แผ่นคลัช ลูกปืนคลัช เครื่องกรองน้ำมัน แผ่นเบรค ลูกปืนเครื่อง ไส้กรองต่างๆ แหวนลูกสูบ สายพานต่าง ๆ ใช้อัพ บัมพ์ และแผงหน้าปัด เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองดูไบ (2023) รายงานถึง การส่งออกอะไหล่ไปสหรัฐอเมริกาหรืออเมริกา ปี 2022 มูลค่า 3,403 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 16.8 และล่าสุดในเดือน ม.ค. 2023 มีการส่งออกมูลค่า 245 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 35.7 อีกทั้งดูไบเป็นศูนย์กลางการนำเข้าอะไหล่รถยนต์ สินค้าบางส่วนใช้เพื่อส่งออกต่อ (Re-export) มูลค่า ปี 2564 ประมาณ 2,837 ล้านเหรียญสหรัฐฯ อัตราขยายตัวร้อยละ 19.2 ตลาดรองรับที่สำคัญ ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย (สัดส่วนร้อยละ 20) โอมาน (ร้อยละ 6.1) อิรัก (ร้อยละ 4.4) คูเวต (ร้อยละ 3.4) อัฟกานิสถาน (ร้อยละ 2.2) บาห์เรน (ร้อยละ 2.2) อียิปต์ (ร้อยละ 2.2) ยูเครน (ร้อยละ 1.8) กาตาร์ (ร้อยละ 1.6)

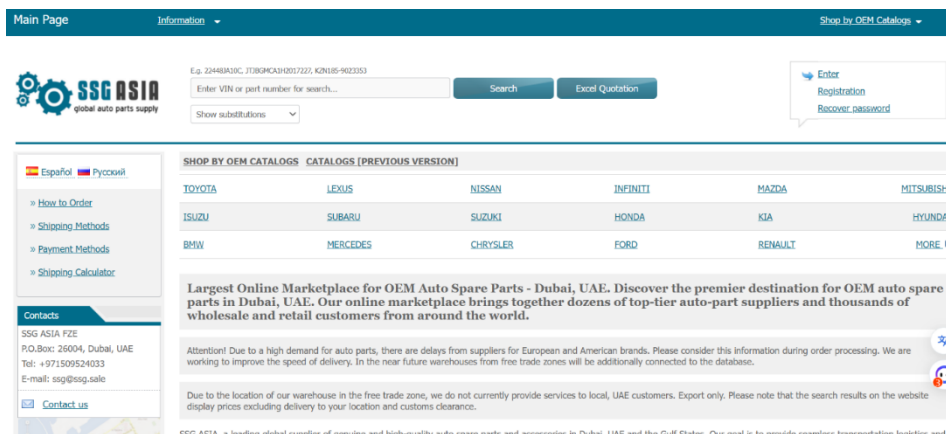
การส่งออกอุปกรณ์ตกแต่งประดับยนต์จากแนวโน้มความต้องการยานยนต์ที่มีความเป็นปัจเจกเฉพาะบุคคลมากขึ้น การส่งออกแรงงานช่างยนต์ฝีมือ โดยเฉพาะยานยนต์เทคโนโลยีใหม่อย่าง eV ที่ประเทศไทยวางยุทธศาสตร์เป็นศูนย์กลางการผลิตในภูมิภาคอาเซียนภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 รวมทั้งโอกาสในการลงทุนธุรกิจซ่อมบำรุงรักษายานยนต์ หรือผู้ให้บริการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มหรือโซลูชันกับธุรกิจเหล่านี้ในอนาคต

ผู้ประกอบการ SME สามารถขยายช่องทางการจำหน่ายในรูปแบบ OEM อะไหล่ยานยนต์กับผู้ผลิตแบรนด์รถยนต์ชั้นนำ การจัดจำหน่ายผ่านผู้ให้บริการจำหน่ายรถยนต์มือสอง รวมทั้งศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ ทั้งที่เป็นอะไหล่แท้ภายใต้แบรนด์รถยนต์ หรืออะไหล่เทียบเคียงที่มีราคาถูกกว่า

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

อีกทั้งผู้ประกอบการ SME สามารถขยายผ่านช่องทางการนำเสนอและสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ทั้งที่พัฒนาขึ้นเอง หรือจำหน่ายผ่าน e-Commerce Platform และ e-Marketplace Platform อย่าง ssg.asia ที่เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มสั่งซื้อชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดของดูไบ ผ่าน e-Catalogue และจัดส่งผ่านผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ อย่าง UPS / DHL / FedEx นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้บริการรายอื่นอย่าง apec-uae.com

แผนภาพที่ 16 ตัวอย่างแพลตฟอร์มจำหน่ายชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ : ssg.asia



Peugeot	Plymouth	Porsche	Renault
Rolls-Royce	Saab	Seat	Skoda
Smart	SsangYong	Subaru	Suzuki
TOYOTA	Vauxhall	Volkswagen	Volvo

ที่มา: ssg.asia

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ



ที่มา: automechanikadubai.com

งานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญ ได้แก่ Automechanika Dubai เป็นงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมดังกล่าวที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลาง มีกำหนดจัดขึ้นปีละครั้ง

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
FIMX MECHANICAL SERVICES LLC.	https://www.fimx.ae
GOLDEN ERA AUTO SPARE PARTS	https://vitalspares.com
TPM TECHNICAL PRODUCT MARKETING	https://www.tpm.de
DYNATRADE AUTOMOTIVE LLC.	https://dynatrade-uae.com
DIESEL TECHNIC (M.E.) FZE.	https://www.dieseltechnic.com
SAHNI GENERAL TRADING LLC.	http://sahnicorp.com
MAKIN TRADING CO. LLC.	http://makintrading.com
GRAVITRADE GOODS WHOLESALERS TRADING	https://www.wholesalersnetwork.com
DAWAR AL SAAH USED AUTO SPARE PARTS	https://www.spares4all.com
ASHOK LEYLAND (UAE) LLC.	https://www.ashokleyland.com
LIBERTY DIESEL MACHINES & SPARE	https://www.libertydiesel.ae
NOOR DIN DITTA AUTO SPARE PARTS	https://www.nsnauto.com
SHER AFZAL USED AUTO SPARE PARTS TR	https://partsworldusedparts.com
JESR AL KHALIDIA AUTO USED SPARE PA	https://alrahmahauto.com
AL SHAHINA SPARE PARTS CO. LLC.	https://al-shahina.com
Al Awaiel Auto Spare Parts Trading	http://alajilautoparts.com
AL MANBAR USED AUTO SPARE PARTS TR	https://www.asaautoparts.com
WAHAT KHYBER USED AUTO SPARE PARTS TR	http://khyberauto.com
SUMAR AUTO SPARE PARTS TRADING CO.LTD.	http://sumarauto.com
EDSCHA AUTOMOTIVE SLP S.A.P.I. DE C.V.	https://edscha.com

ที่มา : Trade Atlas

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ระเบียบและข้อกำหนดด้านภาษีและสิทธิพิเศษทางภาษี

สินค้าในหมวดชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์จัดเก็บภาษีนำเข้าร้อยละ 4.7

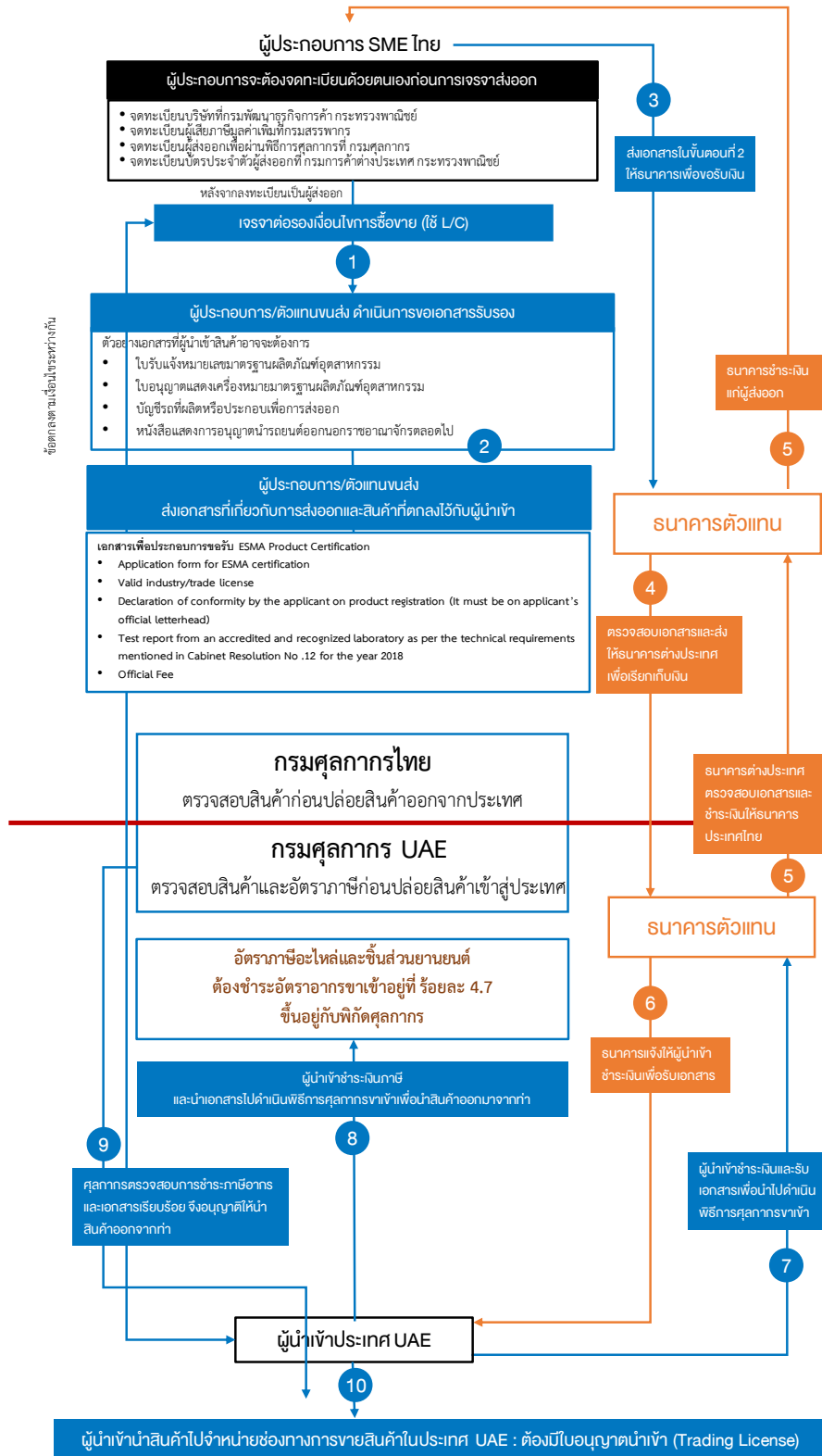
ระเบียบและข้อกำหนดที่ไม่ใช่ภาษี

เมื่อปี 2018 รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดย Emirates Authority for Standardization and Metrology (ESMA) ประกาศใช้มาตรฐานชิ้นส่วนยานยนต์ Technical Regulation for Motor Vehicles Spare Parts ควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า ห้ามนำเข้าอะไหล่และอุปกรณ์รถยนต์ที่ไม่มีใบรับรองมาตรฐาน The Emirates Conformity Assessment Scheme (ECAS) เมื่อผลิตภัณฑ์ติดเครื่องหมายแล้ว ตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตยานยนต์จะสามารถนำผลิตภัณฑ์ของตนไปจำหน่ายภายในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ได้ สินค้าอะไหล่ยานยนต์ที่ต้องมีใบรับรองมาตรฐาน ได้แก่

- ระบบเบรก (Brake systems)
- ผ้าเบรก (Brake pads)
- ชุดเลอ์รถยนต์ (Car coolers)
- เข็มขัดนิรภัย (Car coolers)
- กระจกมองหลัง (Rearview mirrors)
- แบตเตอรี่รถยนต์ (Car batteries)
- ไส้กรองน้ำมันเครื่อง (Oil filters)
- ตัวกรองอากาศ (Air filters)
- กระจกนิรภัยลามิเนต (Laminated safety glass)
- ขอบล้อ (Rims)
- ล็อคประตูและบานพับประตู (Door locks and door hinges)
- ตัวสะท้อนแสง (Light reflectors)
- ระบบเตือนภัยสำหรับรถโดยสารและรถเพื่อการพาณิชย์ (Alarm systems for buses & commercial vehicles)
- รีเลย์และไฟกะพริบ (Relays and flashes)

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 17 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าอะไหล่และ ชิ้นส่วนยานยนต์ใน UAE



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

วัสดุก่อสร้าง ประเภทไม้เทียม

Wood Fiberboard



โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

Statista ได้ประมาณการรายได้จากอุตสาหกรรมก่อสร้างในสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ในปี 2024 จะมีมูลค่าสูงถึง 37.03 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยร้อยละ 40.56 เป็นการก่อสร้างอาคาร รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมก่อสร้างโครงการพิเศษ (ร้อยละ 34.44) และโครงการด้านโยธา (ร้อยละ 5.56)

แผ่นไม้เทียม (Wood Fiberboard) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.62 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยทั้งหมด เพื่อนำไปใช้เป็นวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งที่อยู่อาศัย รองรับการเติบโตของภาคอสังหาริมทรัพย์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในยุทธศาสตร์ “2020 : Toward the Next 50” อันเป็นผลจากยุทธศาสตร์ “2020 : Toward the Next 50” ที่มุ่งพัฒนาโครงการเมืองต่างๆ เช่น The Sustainable City-Yas Island เป็นต้น

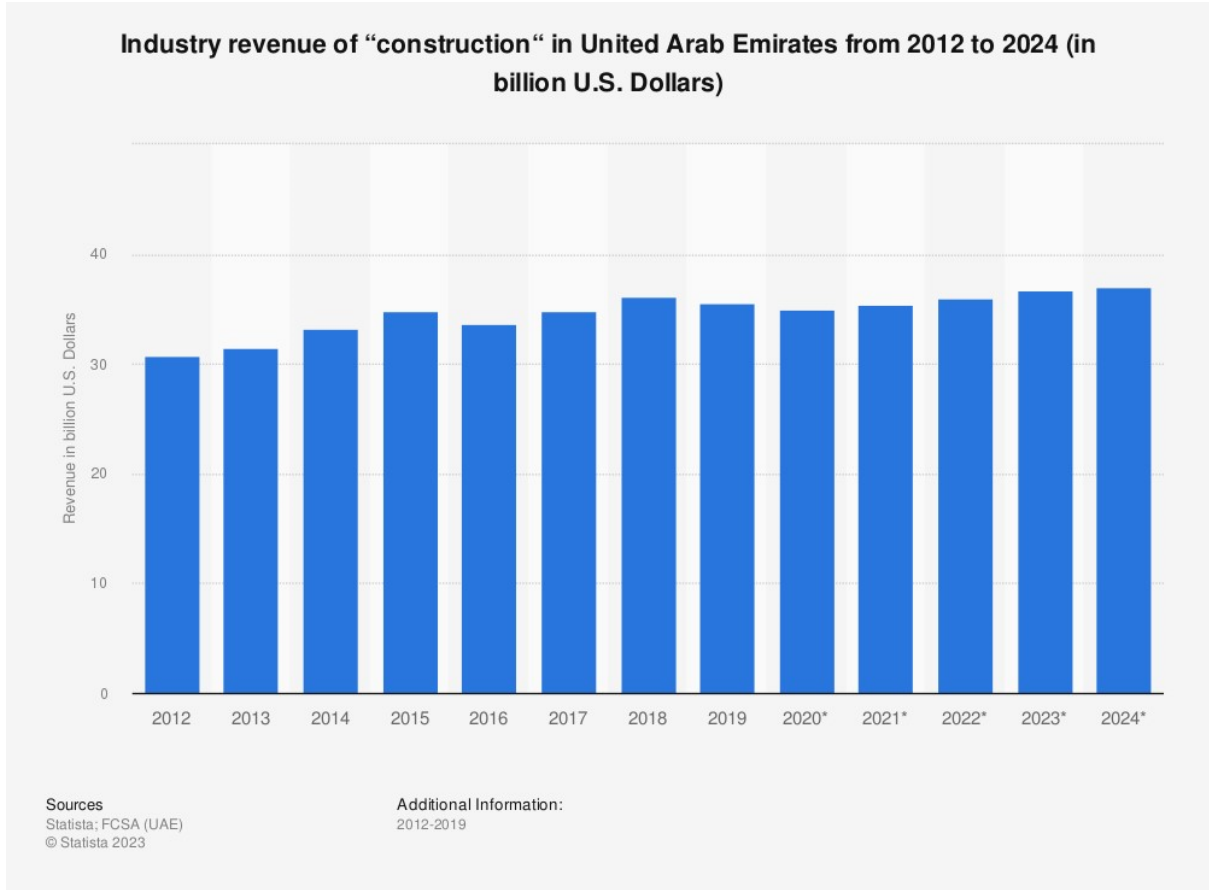
แผ่นไฟเบอร์บอร์ดความหนาแน่นปานกลาง (Medium Density Fiber Board) หรือแผ่นไม้เอ็มดีเอฟ (MDF Board) ซึ่งเป็นแผ่นไม้ทดแทนไม้ธรรมชาติ (Wood-based Panel) ประเภทแผ่นไฟเบอร์บอร์ด (Fiber Board) ที่ผลิตจากการนำเส้นใยของไม้ยางพารา มาผสมกับสารยึดเกาะ ซึ่งเป็นกาวเคมีประเภท ยูเรียฟอร์มัลดีไฮด์ (Urea Formaldehyde Resin) แล้วจึงอัดเป็นแผ่นให้เป็นเนื้อเดียวกัน

แผ่นไม้ทดแทนไม้ธรรมชาติ (Wood-based Panel) ที่นิยมนำไปใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลัก คือ (1) แผ่นไม้อัด (Plywood) (2) แผ่นไม้ปาร์ติเกิ้ล (Particle Board) และ (3) แผ่นใยไม้อัดแข็ง หรือที่เรียกกันว่า แผ่นไฟเบอร์บอร์ด (Fiber Board) ทั้งนี้ แม้ว่าแผ่นไม้ทดแทนไม้ธรรมชาติ (Wood-based Panel) ทั้ง 3 ประเภทล้วนนิยมนำมาใช้ในอุตสาหกรรมตกแต่งและก่อสร้างและอุตสาหกรรมผลิตเฟอร์นิเจอร์

แผ่นไฟเบอร์บอร์ด (Fiber Board) ผลิตขึ้นจากการนำกิ่งไม้ หรือปลายไม้ของต้นไม้ที่มีเส้นใยสูงมาบดเป็นเส้นใย แล้วจึงนำเส้นใยไม้ไปอัดให้เป็นแผ่นไม้ด้วยความร้อน โดยมีกาวเคมีเป็นตัวประสานให้ยึดเหนี่ยวกันเป็นแผ่น ซึ่งในประเทศไทยส่วนใหญ่จะใช้วัตถุดิบจากต้นยางพาราและต้นยูคาลิปตัสเป็นวัตถุดิบหลัก เนื่องจากเป็นไม้เศรษฐกิจที่มีปริมาณมาก และมีเส้นใยสูง ทั้งนี้ แผ่นไฟเบอร์บอร์ดสามารถแบ่งตามประเภทความหนาแน่นได้ 2 ประเภท คือ 1) แผ่นไฟเบอร์บอร์ดความหนาแน่นปานกลาง (Medium Density Fiber Board) หรือแผ่นไม้เอ็มดีเอฟ สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้หลากหลายวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เช่น ตู้ เตียง เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น รวมถึงใช้ในงานก่อสร้าง งานตกแต่ง เครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น บัว วงกบ ผ้ามุ้ง ครอบประตู เป็นต้น และ 2) แผ่นไฟเบอร์บอร์ดความหนาแน่นสูง (High Density Fiber Board) เหมาะสำหรับนำไปใช้กับงานที่ต้องรับน้ำหนักมาก เช่น พื้นอาคาร พื้นบ้าน เป็นต้น

รายงานจากกระทรวงพาณิชย์ พบว่า สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์เป็นตลาดส่งออกไฟเบอร์บอร์ดอันดับ 1 ของไทยในปี 2021 มูลค่า 6,529 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24 ซึ่งหากรวมกลุ่มประเทศแถบภูมิภาค ตะวันออกกลาง และแอฟริกาตอนเหนือจะมีสัดส่วนถึงร้อยละ 60 ของการส่งออกทั้งหมด

แผนภาพที่ 18 รายได้จากอุตสาหกรรมก่อสร้างระหว่างปี 2012-2024



ที่มา: Statista

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

ผู้ประกอบการแผ่นไฟเบอร์บอร์ดความหนาแน่นปานกลาง (Medium Density Fiber Board) หรือ แผ่นไม้เอ็มดีเอฟ (MDF Board) ที่ได้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมและผลิตจากป่าปลูก (FSC) และมีมาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่ยอมรับในระดับสากล อย่าง E1 และ E2 จะมีความได้เปรียบในการจำหน่ายเข้าสู่ตลาด B2B โครงการก่อสร้างอาคารที่พักอาศัย หรือโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งแบบลอยตัวและบิลท์อินต่าง ๆ ใน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ให้มีความสำคัญ

นอกจากนั้น ในการจำหน่ายปลีกไปยังผู้บริโภครายครัวเรือนหรือ B2C สามารถที่จะจำหน่ายผ่านช่องทางร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

วัสดุก่อสร้างเฉพาะทาง ประเภทที่ใช้สำหรับอาคารอนุรักษ์พลังงานระบบธรรมชาติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พลังงานทดแทนและการจัดการพลังงานสิ่งแวดล้อม สินค้าประหยัดพลังงานและน้ำ ระบบก่อสร้างสำหรับอาคารอัจฉริยะ (systems for building automation) เครื่องทำความเย็น วัสดุสำหรับสระว่ายน้ำ สร้างถนน สะพาน ระบบไฟฟ้าแสงสว่าง สนามกีฬา โรงแรม บ้านพัก งานภูมิสถาปัตยกรรม โรงแรม มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล โรงงานผลิตไฟฟ้า และโรงกลั่นน้ำทะเลเป็นน้ำจืด ยังเป็นที่ต้องการอย่างมาก

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

งานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและตกแต่งที่อยู่อาศัยที่สำคัญ อาทิ BIG 5 GLOBAL / URBAN DESIGN & LANDSCAPING EXPO / WINDOWS, DOORS AND FACADES EVENT ซึ่งมีกำหนดจัดขึ้นปีละครั้ง

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
SAEED SALEM KHALFAN SSK ENTERPRISES	https://sskgroup.com
INTERMETAL LLC.	https://intermetal.com
KOMATSU MIDDLE EAST FZE.	https://www.komatsu-middle-east.com
N.F.T. SPECIALIZED IN TOWER CRANE LLC.	https://www.nftcrane.com
GULF PERLITE LLC.	https://gulfperlite.com
TRACO INTERNATIONAL FOR MARBLE & CER	https://www.tracopower.com
GB EQUIPMENT SOLUTIONS LLC.	https://www.plantandequipment.com
CONCRETE TECHNOLOGY LLC.	http://www.concretec.ae
AL FANAR ELECTRICAL SYSTEMS LLC.	https://www.alfanar.com
COMPANY CALIFORNIA SCAFFOLDING	http://californiascaffolding.net
IMANCO SANITARY WARE TR. CO	https://www.imanco.net
MARBLE HOUSE FOR MARBLES TR	http://www.marblehouse.ae
SIKA UAE LLC.	https://gcc.sika.com
DANUBE BUILDING MATERIAL FZCO.	https://danubebuildingmaterials.com
GOLDEN PEARL TRADING & AGENCIES	https://www.goldentools.ae
ZTS BUILDING MATERIALS	https://rajbuildingmaterial.com
EXEED PRECAST - SOLE PROPRIETORSHIP	https://exeedprecast.ae
AL JEDAR TRADING	https://www.jedar.ae
TRIPLE STAR INTERNATIONAL GENERAL	http://galaxystarinternational.ae
ALSINA FORMWORKS LLC.	https://www.alsina.com

ที่มา : Trade Atlas

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ระเบียบและข้อกำหนดด้านภาษีและสิทธิพิเศษทางภาษี

สินค้าในหมวดไม้เทียม Fiber Board (HS Code 44111210) จัดเก็บภาษีนำเข้าร้อยละ 4.7

ระเบียบและข้อกำหนดที่ไม่ใช่ภาษี

โดยทั่วไปใช้สินค้าวัสดุก่อสร้างอิงมาตรฐาน British Standards (BS) หรือ แต่ทั้งนี้จะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของ (ESMA Emirates Authority for Standardization and Metrology)

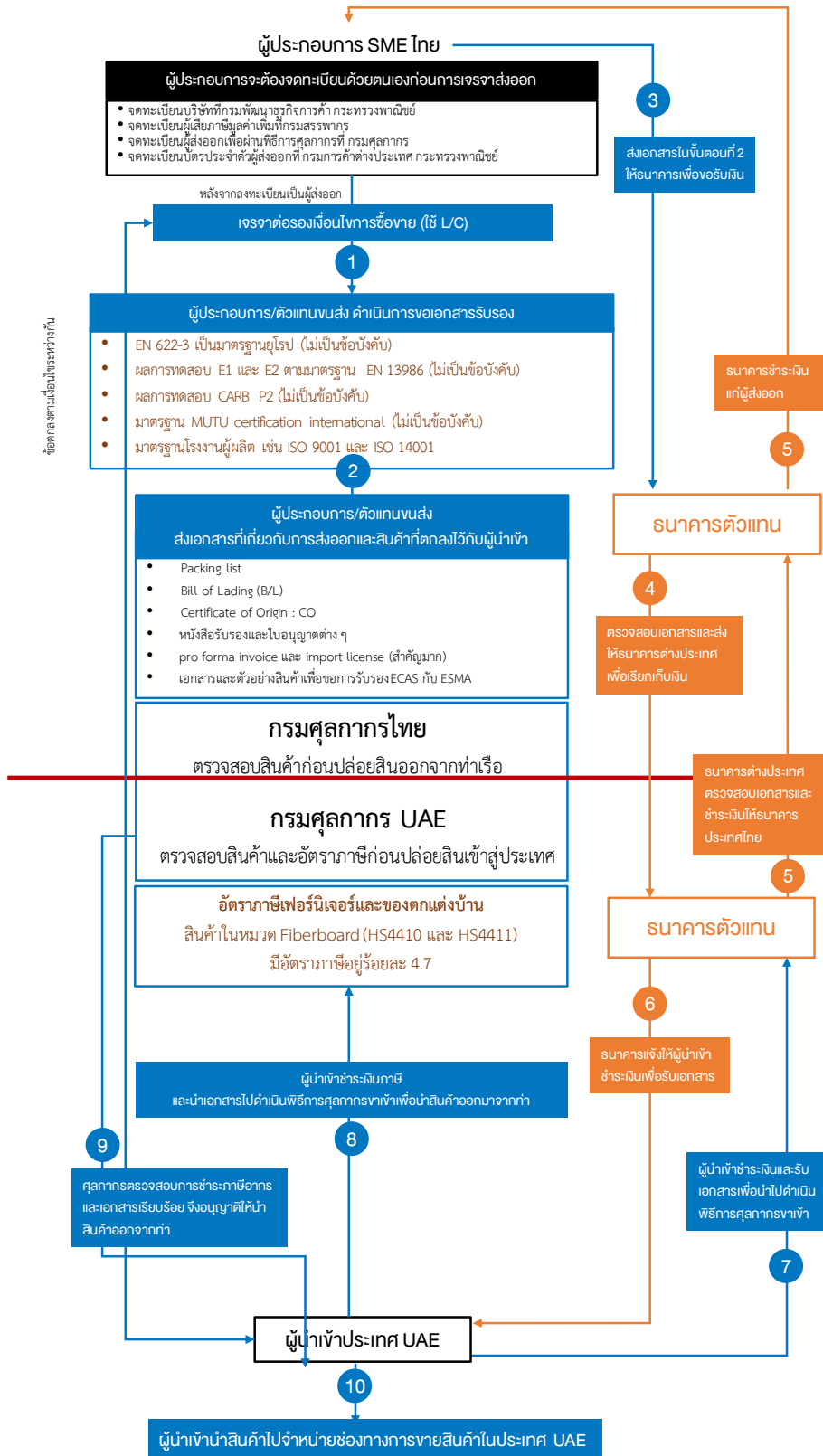
มาตรฐานสิ่งแวดล้อมสำหรับสินค้าไม้สำหรับผลิตเฟอร์นิเจอร์เป็นไปตามมาตรฐานยุโรป ได้แก่ E1 และ E2 และของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ CARB P2 นอกจากนี้การได้รับตรารับรองการผลิตจากป่าปลูก (FSC และ PEFC) ที่แสดงถึงความยั่งยืนของวัสดุที่ไม่ได้ทำลายธรรมชาติ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

ตามข้อกำหนด National Standardization Body in 2001 under UAE Law No. 28/2001 สินค้าทุกประเภทจะต้องขอรับการรับรอง Emirates Conformity Assessment Program (ECAS) จาก ESMA Emirates Authority for Standardization and Metrology (ESMA) โดยเอกสารหลักฐานเบื้องต้นที่จะต้องจัดเตรียม ได้แก่

- แบบฟอร์มการขอการรับรอง (Application form for ESMA certification)
- ใบอนุญาตการนำเข้าสำหรับสินค้าบางประเภท (Valid industry/trade license)
- ใบสำแดงสินค้านำเข้า (Declaration of conformity by the applicant on product registration)
- ผลการตรวจสอบสินค้าทางห้องแล็บหรือห้องปฏิบัติการ (Test report from an accredited and recognized laboratory as per the technical requirements mentioned in Cabinet Resolution No .12 for the year 2018)
- สินค้าตัวอย่าง
- ค่าธรรมเนียม (Official Fee)

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 19 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าในหมวด Fiberboard



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

อาหารแปรรูป

Processed Food



โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

สหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ มีสภาพภูมิประเทศไม่เอื้อต่อการเพาะปลูก มีความสามารถในการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรต่ำ ส่งผลให้ประเทศนี้และประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคตะวันออกกลางต้องพึ่งพาการนำเข้าอาหารและเครื่องดื่มจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปีด้วยสภาพภูมิอากาศที่แห้งแล้ง ขาดแคลนแหล่งน้ำใต้ดิน ประกอบกับพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการเกษตรมีอยู่น้อย ส่งผลให้ต้องมีการนำเข้าอาหารมากกว่าร้อยละ 70 ของความต้องการบริโภคทั้งหมดภายในประเทศ

การส่งเสริมความมั่นคงทางอาหารของสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ตามวิสัยทัศน์ 2020 : Toward the Next 50 รัฐบาล 2020 : Toward the Next 50 ให้เพียงพอต่อประชากรในประเทศ และให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางอาหาร โดยแบ่งการดำเนินงาน 2 ช่องทาง คือ ค้นหาแหล่งผลิตอาหารจากภายนอก จ้างเพาะปลูกพืชอาหารในต่างประเทศ (Contract Farming) กระจายแหล่งนำเข้าใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น และช่องทางที่สอง รัฐบาลได้เร่งรัดการวิจัยและพัฒนาพันธุ์และเทคโนโลยีเพื่อเพาะปลูกพืชให้ได้ในประเทศ ซึ่งพื้นที่เป็นทะเลทราย ให้สามารถปรับตัวได้ในสภาพภูมิอากาศร้อน ใช้เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเกษตรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ อาทิ การดัดแปลงพันธุกรรมพืชให้สามารถปลูกในพื้นที่แห้งแล้ง การใช้เทคโนโลยีปลูกพืชแนวตั้ง

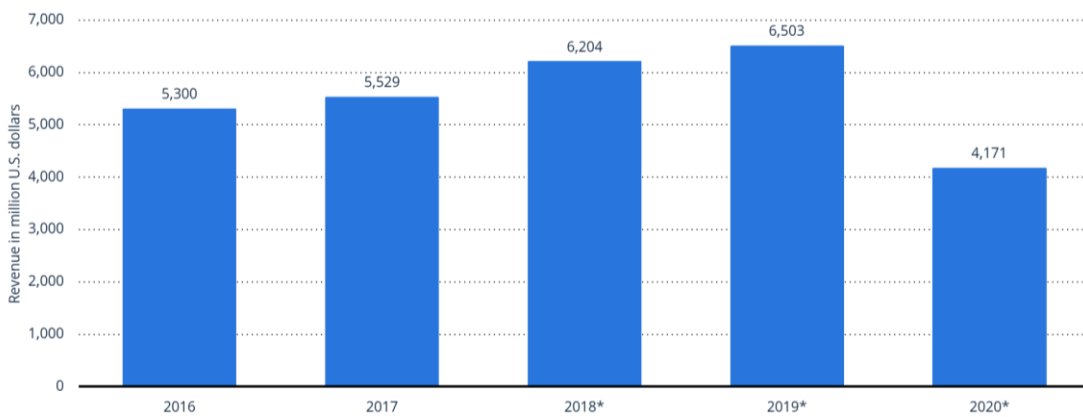
อาหารแช่แข็ง อาหารแปรรูป รวมไปถึงอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยทั้งหมด ซึ่งเป็นไปตามนโยบายความมั่นคงทางอาหารของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ ประชากรเกือบทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์เป็นชาวมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลาม อาหารที่นำเข้าจะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานสินค้าฮาลาล ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพส่งออกอาหารฮาลาล เป็นอันดับ 1 ของอาเซียน และเป็นอันดับที่ 12 ของโลก ในปี 2021 ไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลรวม 4,188.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นับเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.13 ของมูลค่าการส่งออกอาหารทั้งหมดของไทย ขยายตัวจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.12

Statista ได้คาดการณ์ถึงมูลค่าการบริโภคอาหารทั่วโลกในปี 2025 ประมาณ 8.85 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ อันเกิดจากความนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ความต้องการอาหารอแกนิกส์ที่เพิ่มขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ก็เกิดขึ้นในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางและทวีปแอฟริกาเหนือเช่นเดียวกัน สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศลำดับที่ 6 ของโลกที่มีการใช้จ่ายสำหรับการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ อันเกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น คาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายในหมวดดังกล่าวถึง 6,000 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี

จำนวนร้านอาหารที่เพิ่มขึ้น ทั้งร้านที่เป็นเซนส์โตร์ของแบรนด์ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง และบริการจัดส่งอาหารเป็นสิ่งที่สร้างประสบการณ์และทางเลือกเพิ่มเติมแก่ผู้บริโภค คาดการณ์ว่า มูลค่าตลาดจากร้านอาหารในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ปี 2025 จะเพิ่มสูงขึ้นถึง 8.9 พันล้านเหรียญสหรัฐจากมูลค่า 8.3 พันล้านเหรียญสหรัฐในปัจจุบัน ประชากรที่เข้ามาทำงานในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีความหลากหลายในเชื้อชาติและภาษาที่ใช้ ทั้งที่มาจากเอเชีย ยุโรป และอเมริกา จำนวนของผู้อพยพจากเอเชียที่เพิ่มขึ้นมีส่วนเสริมสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์อาหารในประเทศนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเมืองหลัก ปริมาณความต้องการเมนูอาหารจากเอเชียได้เพิ่มขึ้นในตลาดให้บริการอาหารอย่างรวดเร็ว

แผนภาพที่ 20 รายได้จากการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มระหว่างปี 2016-2020

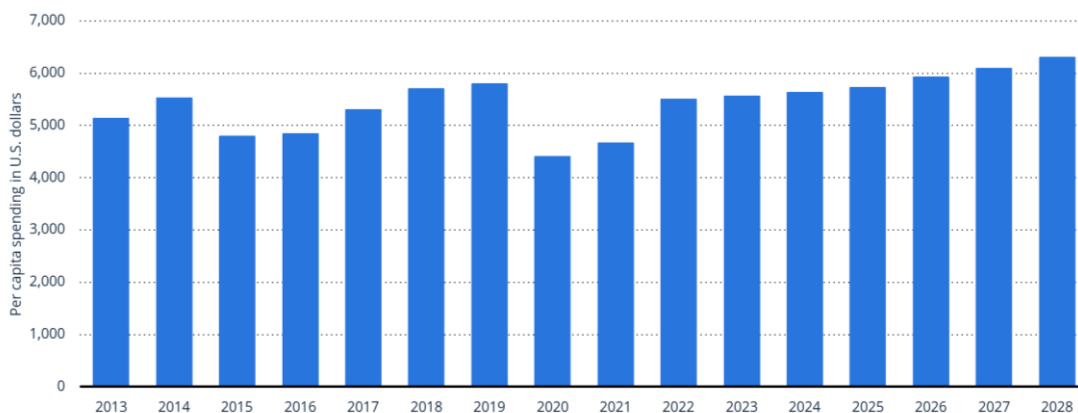
Revenue of food and beverages sector UAE 2016-2020



ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 21 การใช้จ่ายต่อคนสำหรับการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ระหว่างปี 2013-2028

Real per capita consumer spending on food and non-alcoholic beverages in the United Arab Emirates 2013-2028



ที่มา: Statista

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก MSME ในกลุ่มผลิตสินค้าเกษตรที่นำมาใช้ผลิตอาหาร อาจเริ่มต้นจากการรวมกลุ่มรับจ้างผลิตในรูปแบบ Contract Farming กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารส่งออกไทยที่เป็นคู่สัญญากับคู่ค้าสหรัฐอเมริกาหรืออเมริกา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองคูโบ (2020) ได้นำเสนอถึงสินค้าอาหารของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่ ปลากระป๋อง ข้าว ผัก ผลไม้สดและแปรรูป ซอส และเครื่องปรุงรส ปลาแช่แข็ง โดยเน้นกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไปที่มีรายได้ระดับกลางเมื่อเทียบกับรายได้เฉลี่ยของผู้บริโภคทั่วไป และต้องการทางเลือกในการบริโภคเพิ่มขึ้น

อาหารไทยที่มีรสจัดเป็นรสชาติที่สอดคล้องกับความต้องการของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องปรุงอาหารไทย เช่น ซอสศรีราชา ซอสปรุงรส น้ำจิ้มไก่ น้ำพริกเผา มีทิศทางการขยายตัวในตลาดนี้ได้เพิ่มขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น ในแต่ละปี นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาจะมาเที่ยวเมืองไทยเป็นจำนวนมาก มีความชื่นชอบและคุ้นเคยอาหารไทย ประกอบกับอาหารไทยมีรสชาติจัดจ้าน มีสมุนไพร มีคุณค่าทางอาหาร ประกอบกับปัจจุบันมีร้านค้าวัตถุดิบอาหารไทยพร้อมปรุงที่สามารถทำได้เองที่บ้าน ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงและนิยมซื้อเครื่องปรุงไปปรุงเองที่บ้าน

ส่วนผลไม้ไทยเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย มีจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป เช่น เงาะ มังคุด มะขามหวาน มะม่วง นอกจากนี้ ผลไม้ไทยยังมีสรรพคุณเด่นในด้านการส่งเสริมสุขภาพและความงาม ในขณะที่กระแสรักสุขภาพในประเทศสหรัฐอเมริกากำลังเพิ่มสูงขึ้น จึงเป็นอีกโอกาสที่จะช่วยเปิดตลาดผลไม้ไทยอีกหลายชนิดเข้าสู่ตลาดนี้

แนวทางการขยายตลาด

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองคูโบ (2020) ได้นำเสนอถึงสินค้าอาหารของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปตลาดสหรัฐอเมริกา อาทิ ปลากระป๋อง ข้าว ผัก/ผลไม้สดและแปรรูป ซอส และเครื่องปรุงรส ปลาแช่แข็ง ควรเน้นช่องทางการจำหน่ายที่เป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ และตัวแทนจัดซื้อซูเปอร์มาร์เก็ต ที่มีศักยภาพในการทำตลาดให้กับสินค้าอาหารของไทย

สำหรับสินค้าประเภทผลไม้และเครื่องปรุงรสอาหาร ช่องทางร้านอาหารไทยเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเดิมที่ผู้บริโภคซึ่งเป็นชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความนิยมในอาหารไทยอยู่แล้ว การเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติ ประกอบกับการตอบรับ การมีประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าอาหารไทยที่เพิ่มขึ้น ทั้งจากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นตัวหนุนส่งให้ธุรกิจอาหารในกลุ่มนี้เติบโต

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหาร Gulfood ในเมืองดูไบ ซึ่งจัดขึ้นทุกปี ณ Dubai World Trade Centre ถือเป็นหนึ่งในช่องทางการตลาด ที่สามารถใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารได้อย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพและมีประโยชน์อย่างมากต่อการเจรจาการค้ากับคู่ค้าทางธุรกิจในวันออกกลางได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
AGRIFRESH FOODSTUFF LLC.	https://agrifresh.ae
T. CHOITHRAM & SONS LLC.	https://www.choithrams.com
LULU HYPER MARKET LLC.	https://www.luluhypermarket.com
BAGASON MIDDLE EAST GENERAL TRADING	https://www.bagason.com
EXPO COMMODITIES DMCC.	https://www.expodmcc.com
VIPUL KUMAR TRADING LLC.	https://vipulkumar.net
EXCEL FOODS LLC.	https://excelfoodind.com
YERGAT PACKING CO., INC.	http://www.yergatpacking.com
QUICK TRADING FZE. JAFZA	https://www.jafza.ae
THE DEEP SEAFOOD CO. LLC.	https://www.thedeepseafood.com
SARAVANA FOOD STUFF FACTORY LLC.	http://saravanafoodstuff.com
QUICK TRADING FZE.	https://quicksuppliestrading.com
STALCO LLC.	http://www.stalco.ae
BLACK & DECKER (OVERSEAS) GMBH	https://www.blackanddecker.ae
NINJA FOOD STUFF LLC.	https://foodstuff.ninja
M.G.COMMERCE FZE.	http://mg-commerce.com
ROYAL GOLDEN TRADING FZCO.	https://www.royalgoldentrading.com
MOLVIZADAH SONS GENERAL TRADING LLC.	https://www.molvizadahsons.com
UNCLE BUN BAKERY LLC.	http://www.unclebunme.com
GOLDEN EAGLE FOODSTUFF TRADING	http://www.goldeneaglefoodstuff.com

ที่มา : Trade Atlas

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ระเบียบและข้อกำหนดด้านภาษีและสิทธิพิเศษทางภาษี

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ (2020) รายงานถึง รายการสินค้าหมวดอาหาร และเครื่องดื่มทั่วไปมีการจัดเก็บภาษีนำเข้าร้อยละ 5 และภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 5 และเริ่มจากเดือนมกราคม 2020 หน่วยงาน UAE Federal Tax Authority : FTA ประกาศใน Cabinet Decision No.52 of 2019 ว่าจะมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต ครอบคลุมสินค้าดังนี้

- ภาษีสรรพสามิตอัตราร้อยละ 50 จัดเก็บจากสินค้าเครื่องดื่มเติมน้ำตาลหรือสารให้ความหวาน (Sugar Sweetened Beverages หรือ “SSBs”) ที่อยู่ในรูปของเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (beverage) เครื่องดื่มเข้มข้น (concentrate) เครื่องดื่มผง เครื่องดื่มสกัด (extract) หรือในรูปแบบอื่น ๆ ที่จะชงหรือใช้เป็นเครื่องดื่ม น้ำตาล และสารให้ความหวานอยู่ภายใต้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ GCC Standardisation Organisation : GSO ที่ 148 และที่ 995

เครื่องดื่มที่อยู่ในข่ายไม่เสียภาษีสรรพสามิตได้แก่

- เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 หรือเครื่องดื่มทดแทนนม
- อาหารเด็กทารก หรือสูตรสำหรับเด็กทารก
- เครื่องดื่มสุขภาพ หรือเครื่องดื่มพิเศษบำรุงสุขภาพ เครื่องดื่มทางการแพทย์หรือเครื่องดื่มใช้รักษา
- ทางการแพทย์ ภายใต้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ GSO ที่ 1366

ระเบียบและข้อกำหนดที่ไม่ใช่ภาษี

สถาบันอาหารได้รายงานถึงระบบ Food Import Re-Export System หรือ FIRS เป็นระบบการค้า อิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกจัดทำและควบคุมดูแลโดยเทศบาลดูไบ หรือ Dubai Municipality โดย FIRS นับเป็นระบบ ที่ควบคุมระบบการนำเข้า-ส่งออกสินค้าที่ทันสมัยที่สุด และมีความครอบคลุมการจัดการระบบต่าง ๆ ได้ดีที่สุด ในยูเออี โดยระบบจะครอบคลุมการทำงาน ดังนี้

1. ระบบการควบคุมการนำเข้า-ส่งออกอาหารมายังยูเออี รวมถึงการอนุมัติการออกฉลากและการ ออกใบรับรองต่างๆ ให้ตรงตามข้อกำหนด
2. การเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ จากทั่วโลกได้จาเป็นระบบในการตรวจสอบ ติดตามสินค้าและ เอกสารต่าง ๆ ที่ได้แนบมากับสินค้านำเข้าทั้งหมด
3. มีระบบลงทะเบียนอาหารอย่างครบถ้วน โดยจะสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ผ่านรหัสบาร์โค้ด

4. มีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบ ตั้งแต่การนำเข้า การตรวจสอบ จนถึงกระบวนการติดตามสินค้า
5. ค่าธรรมเนียมต่างๆ สามารถจ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้
6. Dubai Municipality มีห้องปฏิบัติการตรวจสอบของตนเอง ซึ่งให้บริการที่รวดเร็วและมีความถูกต้องแม่นยำ

ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

สินค้าที่นำเข้าสู่สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สามารถจัดกลุ่มได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. สินค้าปกติที่ไม่ได้เป็นสินค้าต้องห้ามหรือสินค้าควบคุมเข้มงวด
2. สินค้าต้องห้าม (Prohibition of goods) เป็นสินค้าที่ไม่อนุญาตนำเข้า ได้แก่ ยาเสพติดทุกชนิด ธนบัตรปลอม สิ่งพิมพ์ รูปถ่าย ภาพสีน้ำมัน ไข่ หนังสือ นิตยสาร รูปปั้น ซึ่งไม่เป็นไปตามหลักศาสนา ศีลธรรม หรือ เป็นเหตุแห่งการประทุษร้ายและความไม่สงบ
3. สินค้าควบคุมเข้มงวด (Restricted Goods) เป็นสินค้าที่อนุญาตนำเข้าภายใต้สภาวะที่กำหนด โดยไม่อนุญาตให้นำเข้าหากปราศจากการอนุมัติล่วงหน้าจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องก่อน โดยอาหารทุกชนิดจัดเป็นสินค้าควบคุมเข้มงวด

สืบเนื่องจากอาหารทุกชนิดถูกจัดให้เป็นสินค้าควบคุมเข้มงวด ดังนั้นในการดำเนินการนำเข้าสินค้าอาหารสู่สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งมีระบบการปกครองแบบสหพันธรัฐ แต่ละรัฐจะมีหน่วยงานที่ควบคุมดูแลการนำเข้าของตนเองให้เป็นไปตามกฎหมายของประเทศ ซึ่งมาตรฐานอาหารของประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จะใช้มาตรฐานภายในประเทศ คือ UAE Industry Standards ซึ่งส่วนหนึ่งในมาตรฐานดังกล่าวเป็นมาตรฐานของกลุ่มประเทศอาหรับ (Gulf Standard) หรือเทียบเคียงจากมาตรฐานของกลุ่มประเทศ GCC ผลิตภัณฑ์อาหารที่นำเข้าสู่ UAE มีหลากหลายช่องทาง แต่ส่วนใหญ่จะนำเข้ามาผ่านทางรัฐดูไบเป็นหลัก เนื่องจากรัฐดูไบเป็นจุดในการกระจายสินค้าหลัก ดังนั้นในการนำเข้าสินค้าโดยส่วนใหญ่ในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์จะอยู่ภายใต้กฎระเบียบของเทศบาลนครรัฐดูไบ (Dubai Municipality)

ประเด็นที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการอาหารส่งออก SME ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการจาก 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีสัดส่วนผู้ประกอบการมุสลิมจำนวนมาก จะต้องขอการรับรองมาตรฐานสินค้าฮาลาลก่อนส่งออกไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองฮาลาล (certification body) ของไทย ได้การรับรองจากสถาบันมาตรฐานและมาตรวิทยาของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (Emirates Authority for Standardization and Metrology : ESMA) ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2019 เป็นต้นมา ผ่านตามมาตรฐาน UAE.S 2055-2 : 2015 ซึ่งเป็นมาตรฐานข้อกำหนดทั่วไปสำหรับหน่วยงานรับรองฮาลาล และมาตรฐาน OIC/SMIC 1 : 2019 สำหรับหน่วยงานที่ให้การรับรองฮาลาลเพื่อดำเนินการรับรองตามข้อกำหนดของสินค้าฮาลาลใน 4 ขอบข่าย ประกอบด้วย (1) ขอบข่าย C (โรงเชือดสัตว์ปีก และการแปรรูปสัตว์ปีก/ไข่/ผลิตภัณฑ์นมและอาหารทะเล) (2) ขอบข่าย D (ผัก/ผลไม้สด น้ำผลไม้) (3) ขอบข่าย E (อาหารกระป๋อง อาหารแปรรูป) และ (4) ขอบข่าย L (สารปรุงแต่งอาหาร)

อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการ SME ส่งออกไทย ได้แก่ การศึกษากฎหมายและข้อระเบียบต่างๆ ที่พบความผิดพลาดและเป็นปัญหามากที่สุด ได้แก่ ฉลากสินค้าและการตรวจสอบความปลอดภัยด้านอาหารประกอบไปด้วยการตรวจสอบ 3 กลุ่มหลัก หากไม่ถูกต้องตามระเบียบที่กำหนดไว้ เจ้าหน้าที่จะไม่ปล่อยผ่านสินค้าเข้าประเทศ โดยความผิดพลาดที่พบเจอได้บ่อยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. Label Contraventions การแสดงฉลากของอาหารบนภาชนะบรรจุที่ผลิตเพื่อจำหน่ายไม่ถูกต้องตามระเบียบ อาทิ ไม่มีภาษาอาระบิกกำกับ แปลภาษาอาระบิกไม่ถูกต้อง ไม่แสดงแหล่งกำเนิดสินค้า ไม่ระบุส่วนผสม ไม่ระบุวันเดือนปีที่ผลิต เป็นต้น
2. Health Certificate Contraventions ไม่แสดงใบรับรองด้านสุขอนามัย หากเป็นปลาหรือสัตว์น้ำ ไม่ระบุอาหารที่ใช้เลี้ยงว่าไม่มีส่วนผสมของเนื้อหมู หรือไม่มีการรับรองว่าเป็นสัตว์น้ำจากธรรมชาติ (Wild caught)
3. Result of Sample ไม่ผ่านการประเมินจากการตรวจสอบตัวอย่างสินค้าอาหารโดยห้องปฏิบัติการของ Dubai Central Laboratory: DCL เช่น อาหารมีสารปนเปื้อน ใช้ส่วนผสมอาหารที่ไม่ปลอดภัยโดยจะประเมินว่า unfit ไม่เหมาะต่อการบริโภค

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารที่นำเข้าไปจำหน่ายในประเทศมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้นำเข้าอาหารที่ต้องปฏิบัติตามระเบียบการนำเข้าอาหารที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อกำหนดคุณภาพ หรือมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหาร ข้อกำหนดสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร ข้อกำหนดการใช้วัตถุเจือปนอาหารข้อกำหนดปริมาณหรือองค์ประกอบในผลิตภัณฑ์การแสดงฉลากอาหาร รวมถึงการปฏิบัติตามเงื่อนไขการขออนุญาตอาหารตามแต่ละประเภทอาหารนั้นๆ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

หน่วยงานเทศบาลเมืองดูไบมีหน้าที่ตรวจปล่อยสินค้าอาหารเข้าไปจำหน่ายในเมืองดูไบ หากสินค้าละเมิดกฎระเบียบและมาตรฐาน จะถูกห้ามนำเข้า หรือผู้นำเข้าผู้ผลิตจะต้องแก้ไขปรับปรุงเอกสารหรือสินค้าให้ถูกต้องเพื่อนำเข้าต่อไป

เอกสารที่ต้องเตรียม

ในการนำเข้าสินค้าอาหาร ผู้นำเข้า (Importer) ต้องมีใบประกอบการนำเข้า และเป็นสมาชิกหอการค้าและอุตสาหกรรม หรือกรณีเป็นสินค้าที่มีตัวแทนจำหน่ายในประเทศ การนำเข้าจะกระทำได้เฉพาะตัวแทนหรือผู้ที่ได้รับอนุญาตจากตัวแทนจำหน่ายเท่านั้น หรือกรณีการนำเข้าเนื้อสัตว์และสัตว์ปีกต้องมีใบรับรองการตรวจโรค (Health or Veterinary Certificate) จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้ส่งออก เนื้อสัตว์ต้องผ่านการฆ่าตามหลักศาสนาอิสลาม (Halal) และมีใบรับรองฮาลาล (Halal Certificate) จากประเทศผู้ส่งออก

เอกสารที่ต้องใช้ประกอบการนำเข้าหรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อการค้าเป็นในลักษณะเดียวกับการติดต่อการค้าระหว่างประเทศโดยสากล และการชำระเงินทั่วไปใช้ระบบเปิด Letter of Credit (L/C) เอกสารต่อไปนี้ต้องมาพร้อมกับทุกๆ การจัดส่งสินค้าอาหารที่เข้าสู่ประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ และหากเป็นเอกสารที่ไม่ถูกต้องอาจมีผลให้ส่งสินค้านั้นจะถูกปฏิเสธการนำเข้า โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ ได้รวบรวมข้อมูลสำคัญ ดังนี้

1. Invoice / Certificate of Origin ประทับตรารับรองจากหอการค้าไทย และ Legalize จากสถานทูตสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ในประเทศไทย / Bill of Lading และ Packing List
2. สินค้าอาหารต้องมีใบรับรองคุณภาพหรือสุขลักษณะ Health หรือ Sanitary Certificate (ออกโดยหน่วยงานสาธารณสุขของไทย)
3. สินค้าเนื้อสัตว์ ต้องผ่านการฆ่าตามหลักศาสนาอิสลามและมีใบรับรอง Halal Certificate จากองค์การศาสนาอิสลามในประเทศไทย (CICOT)
4. ฉลากอาหาร สินค้าอาหารจะต้องติดป้ายฉลากเป็นภาษาอังกฤษกำกับด้วยภาษาอาระบิกบนหีบห่อที่บรรจุอาหาร ทุกรายการ และป้ายฉลากนั้นจะต้องติดแน่น มีข้อความอ่านง่าย ชัดเจน ต้องระบุชนิดของไขมัน เ็นโซ่มของ เนื้อสัตว์ เจลาติน ถ้ามีส่วนผสมของวัตถุติดเหล่านี้ โดยข้อความบนป้ายฉลากจะต้องประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้
 - ตราเครื่องหมายของสินค้า (Brand name)
 - ชื่อของสินค้า
 - ส่วนผสมของวัตถุติด ตามลำดับจำนวนมากไปน้อย
 - จำนวนสุทธิตามน้ำหนัก หรือปริมาณ
 - แหล่งกำเนิด (Country of Origin)
 - วันที่ผลิต และวันหมดอายุ ของสินค้า โดยมีข้อความที่สามารถใช้เพื่อระบุวันหมดอายุได้ เช่น Date of expiry, Good for use until, Valid for from the date of production, Use before, Sold up to เป็นต้น
 - สินค้าทุกรายการต้องระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุเป็นตัวพิมพ์หรือตัวหนา ไม่หลุดลอกง่าย
 - ถ้าสินค้าอาหารมี Shelf life น้อยกว่า 6 เดือน ต้องระบุทั้ง วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ
 - ถ้าสินค้าอาหารมี Shelf life เกินกว่า 6 เดือนสามารถระบุเฉพาะเดือนและปีที่ผลิตและช่วงเวลาหมดอายุ
 - ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต
 - ชื่อ หรือ E No. ของวัตถุกันเสีย (ถ้ามี)
 - การเก็บรักษา (ถ้าสมควรแนะนำ)
 - วิธีการปรุง (ถ้าสมควรแนะนำ)

หมายเหตุ: อนุญาตให้มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสมของอาหารได้ไม่เกินร้อยละ 0.5 ต่อปริมาตรบรรจุ

5. สินค้าอาหารสัตว์น้ำจะต้องระบุในใบรับรองคุณภาพ Health Certificate ที่ออกโดยกรมประมง ระบุว่า เป็นสัตว์น้ำจากธรรมชาติ หรือหากเลี้ยงในฟาร์มจะต้องระบุว่ามิได้ใช้อาหารสัตว์ที่มีส่วนผสมเนื้อหมู สินค้าที่อยู่ในข่ายจะถูกส่งคืน (Rejected)
6. อาหารที่ถูกรวบรวมพบว่าปนเปื้อน หรือไม่เหมาะสมสำหรับมนุษย์บริโภค ฉลากที่มี shelf life ไม่ถูกต้อง จะถูกห้ามนำเข้า แต่จะอนุญาตให้สามารถส่งออกต่อไปประเทศอื่น (นอกกลุ่ม GCC) หรือส่งคืนกลับประเทศต้นทาง หรือจะถูกทำลายทิ้ง โดยหน่วยงานสาธารณสุขสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
7. อาหารควบคุมพิเศษ ได้แก่ อาหารเด็กเล็ก น้ำมันปรุงอาหาร นมเนยและผลิตภัณฑ์ จะต้องผ่านการตรวจสอบตัวอย่างในห้องปฏิบัติการ laboratory analysis สินค้าที่นำเข้าจะต้องส่งตัวอย่างไปตรวจสอบก่อน ระยะเวลาการตรวจสอบจะใช้เวลาประมาณ 3-4 วันทำการ หลังที่ผ่านการตรวจสอบแล้วจึงสามารถนำไปจำหน่ายในประเทศ

มาตรฐานและหน่วยงานที่รับผิดชอบฮาลาลของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ปัจจุบันรัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มอบหมายให้ Emirates Authority for Standardization and Metrology (ESMA) เป็นหน่วยงานรับรองเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศคู่ค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานขึ้นทะเบียนผู้มีอำนาจออกตราฮาลาล และขึ้นทะเบียนโรงฆ่าสัตว์ของประเทศที่ส่งออกไปสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (รายละเอียดศึกษาได้จาก <http://www.esma.ae>) รวมทั้งควบคุมดูแลผลิตภัณฑ์ฮาลาล วางกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าฮาลาลของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

เอกสารสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ใช้ในการส่งออกปสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ นอกจากเอกสารประกอบการนำเข้าทั่วไปแล้ว จะต้องมียเอกสารรับรองผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล (Halal Certificate) ซึ่งออกให้โดยองค์กรทางศาสนาอิสลามของประเทศผู้ส่งออก ในประเทศไทยคือสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือ The Central Islamic Committee of Thailand (CICOT) เป็นหน่วยรับรองฮาลาลที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจาก ESMA ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ใน 4 กลุ่มสินค้านำเสนอในข้างต้น ตามมาตรฐาน UAE.S 2055-2 2014 ซึ่ง บังคับใช้โดยหน่วยงาน Emirates Authority for Standardization & Metrology (ESMA) และการตรวจรับรองของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์นี้ เป็นการตรวจรับรองตามมาตรฐานของประเทศกลุ่มอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council : GCC)

เครื่องหมายรับรองคุณภาพน้ำและเครื่องดื่ม



นอกจากการออกใบรับรองมาตรฐานฮาลาลแล้ว ESMA เป็น หน่วยงานที่ออกระเบียบกำหนดคุณภาพสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต้องมีใบรับรองคุณภาพและมาตรฐาน (Certificate of Conformity : COC) ในรูปแบบกับฉลากรับรอง อย. และ มอก. ของประเทศไทย โดยออกเป็นกฎหมายตามมติคณะรัฐมนตรี ตัวอย่างสินค้าที่จะต้องมีใบรับรองคุณภาพ ได้แก่ เครื่องดื่มสุขภาพ สินค้าพลาสติก น้ำหอม เครื่องสำอางและสินค้า Personal Care ผงซักฟอก สีและน้ำมันวานิช วัสดุสัมผัสอาหาร (Food contact materials) สายเคเบิล น้ำดื่ม น้ำมันเครื่อง น้ำมันไม้และเครื่องดื่ม สินค้าฮาลาล และน้ำผึ้ง เป็นต้น

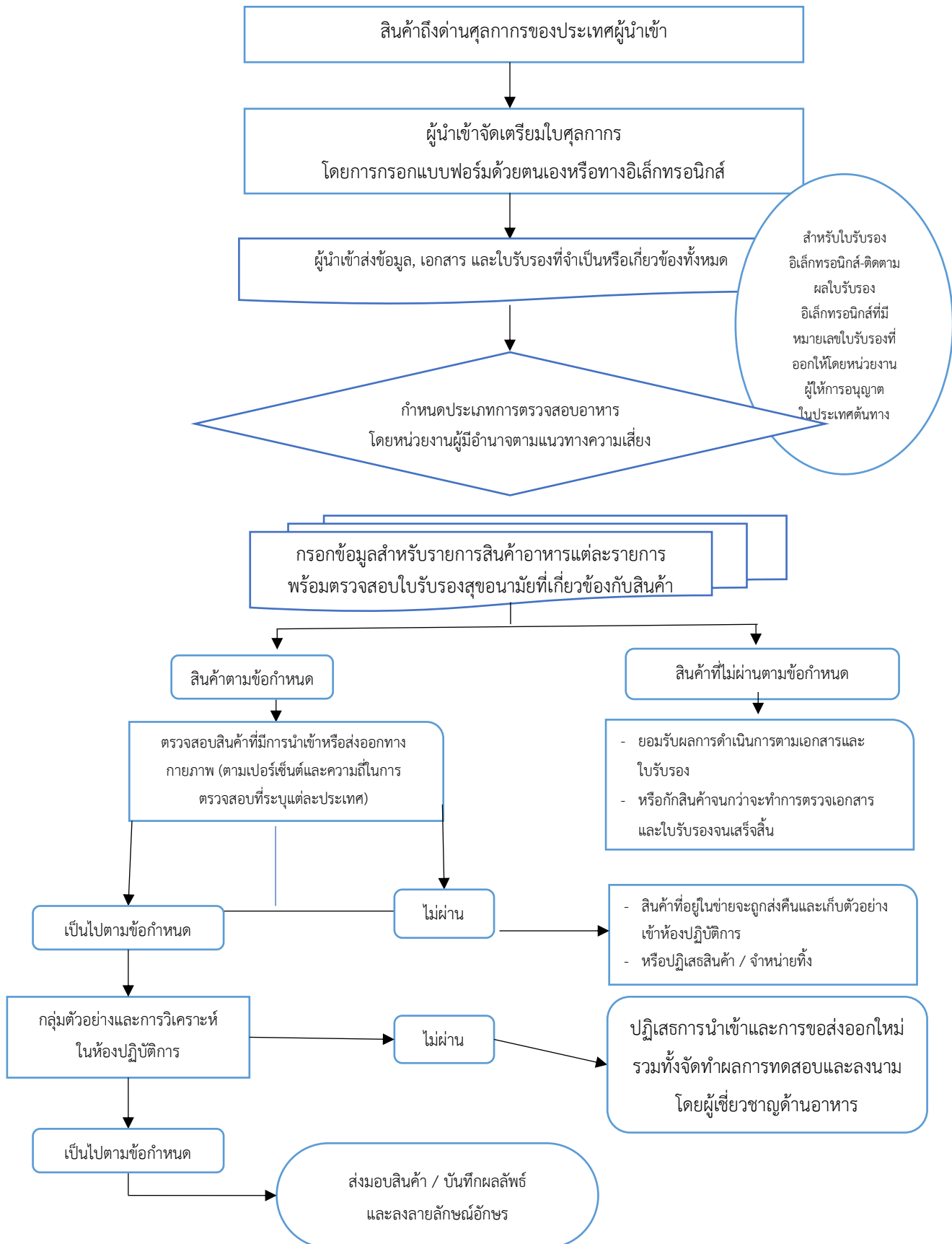
เมื่อปี 2018 รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ออกระเบียบใหม่เกี่ยวกับมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้าอาหาร เพื่อปฏิรูประบบการควบคุมความปลอดภัยอาหาร โดยมีผลบังคับใช้แล้ว ได้แก่

- มติคณะรัฐมนตรีฉบับที่ 29 (Cabinet decree 29:2018) ระเบียบควบคุมคุณภาพสินค้านมและผลิตภัณฑ์
- มติคณะรัฐมนตรีฉบับที่ 30 (Cabinet decree 30:2018) ระเบียบควบคุมคุณภาพสินค้าน้ำผลไม้และเครื่องดื่ม (Juice & drinks)

โดยกำหนดให้สินค้านี้จะต้องผลิตภายใต้มาตรฐานยูเออี (UAE Certificate of Conformity Emirates Assessment System : ECAS) และได้รับเครื่องหมายมาตรฐาน Emirates Quality Mark : EQM แสดงบนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ จึงจะสามารถวางจำหน่ายสินค้าได้ ใบอนุญาตเครื่องหมาย EQM มีอายุ 3 ปี

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 22 ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารของกลุ่มประเทศ GCC



อัญมณีและเครื่องประดับ Gem and Jewelry



โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

อัญมณีและเครื่องประดับคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 6 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยทั้งหมด ในรูปแบบของฐานการผลิตแบบ OEM เพื่อจำหน่ายแก่ผู้พำนักและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นหลังสถานการณ์ COVID-19 คลี่คลาย

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้รายงานถึงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จัดเป็นอุตสาหกรรมการค้าสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาโดยสหรัฐอเมริกาเป็นทั้งผู้ส่งออกต่อ (Re-Export) และผู้บริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญเป็นลำดับต้นๆ ของโลก ในแต่ละปีมีความต้องการบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสูงกว่า 20,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกาเริ่มมีกำลังซื้อสูงและมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกามากถึงปีละประมาณ 17 ล้านคน

ในปี 2018 สหรัฐอเมริกาเป็นผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอันดับที่ 6 ของโลก ด้วยมูลค่า 27,369.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้าเป็นอันดับที่ 7 ของโลก ด้วยมูลค่า 32,039.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนถึงการเป็นประเทศผู้ส่งออกต่อ (Re-Export) โดยส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าหลัก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ อินเดีย ตุรกี ฮองกง และเบลเยียม สินค้าส่งออกหลักใน 3 อันดับแรก ได้แก่ ทองคำ เพชร และเครื่องประดับแท้ ด้านการนำเข้าพบว่าการนำเข้าด้วยมูลค่า 20,610.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 4.66 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยนำเข้าจากประเทศคู่ค้าหลัก ได้แก่ อินเดีย ฮองกง อังกฤษ สวิตเซอร์แลนด์ และตุรกี ซึ่งสินค้านำเข้าสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ทองคำ เครื่องประดับแท้ และเหรียญกษาปณ์ ทั้งนี้ UAE เริ่มนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับลดลงมาตั้งแต่ปี 2018 และลดลงอย่างต่อเนื่องถึงปี 2019

สหรัฐอเมริกาคือตลาดสินค้าหรูที่เติบโตมากที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลาง และบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก แม้ว่าจะสามารถผลิตเครื่องประดับได้เองในประเทศ แต่ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ จากสถิติ Global Trade Atlas พบว่า ในปี 2022 สหรัฐอเมริกานำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับ 38,793.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแหล่งนำเข้าหลักใน 5 อันดับแรกคือ สหราชอาณาจักร อินเดีย สวิตเซอร์แลนด์ เบลเยียม และฮองกง ตามลำดับ สินค้านำเข้าหลัก ได้แก่ ทองคำ เพชรก้อน เพชรเจียรไน เครื่องประดับทอง และอัญมณีสังเคราะห์ ตามลำดับ ส่วนไทยเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 21 โดยส่วนมากเป็นการนำเข้าเครื่องประดับทองและเพชรเจียรไน ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 81 ที่เหลือเป็นการนำเข้าพลอยสีทั้งพลอยก้อน พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน

สำหรับแหล่งค้าอัญมณีและเครื่องประดับสำคัญของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ตั้งอยู่ในรัฐดูไบ รัฐที่มีชื่อเสียงด้านการค้าทองคำและเครื่องประดับทองมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก จนได้รับสมญานามว่า “City of Gold” ซึ่งมีตลาดค้าทองดั้งเดิมอย่าง Dubai Gold Souk หรือเรียกว่า Deira Gold Souk ถือว่าเป็นตลาดค้าทองคำที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นที่ยินยอมของชาวอาหรับและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะเป็นตลาดซื้อขายทองคำปลอดภาษี จึงมีราคาถูกกว่าประเทศอื่นๆ นอกจากนี้ ดูไบยังเป็นศูนย์กลางค้าเพชรที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกและได้ขึ้นชื่อว่าเป็นศูนย์กลางค้าเพชรก้อนที่ใหญ่ที่สุดในโลกอีกด้วย

พฤติกรรมผู้บริโภค

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้รายงานถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับใน UAE สามารถแบ่งได้ดังนี้

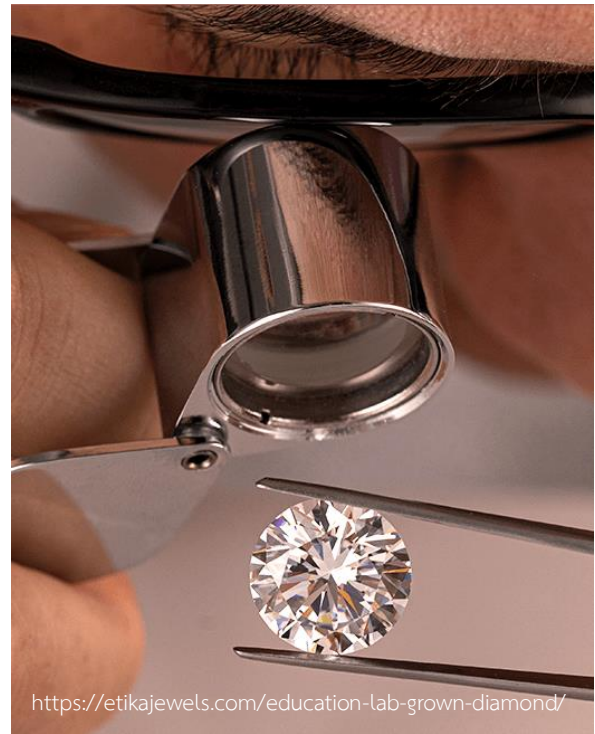
- ชาวอาหรับพื้นเมืองนิยมเครื่องประดับทองคำแบบโบราณ 21 กะรัต แต่หากเป็นเครื่องประดับสมัยใหม่จะนิยมทองคำ 18 กะรัต
- ชาวเอเชียใต้ที่อาศัยในประเทศนี้นิยมทองรูปพรรณสไตส์อินเดีย 22 กะรัต
- ชาวตะวันตกที่เข้ามาทำงานและท่องเที่ยวในแถบนี้นิยมเครื่องประดับทองคำสมัยใหม่ 14 กะรัต และ 18 กะรัต
- ตลาดบนของชาวมุสลิมนิยมแพลทินัมระดับเพชร และพลอยเจียรไน

ชาวสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์นิยมบริโภคทองคำและเครื่องประดับทองคำมากที่สุด โดยเครื่องประดับทองคำทั้งแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ก็สามารถขายได้ดีในตลาดนี้ เนื่องจากเป็นวัฒนธรรมและประเพณีการสวมใส่เครื่องประดับที่สืบทอดกันมา เป็นเครื่องแสดงสถานะทางสังคม การให้เป็นของขวัญในเทศกาลสำคัญอย่างพิธีแต่งงาน หรือวันสำคัญทางศาสนา เช่น เทศกาลฉลองหลังวันถือศีลอด (Eid Al Fitr) เป็นต้น และเป็นมรดก ตกทอดไปสู่รุ่นลูกหลาน รวมถึงเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุน โดยทองคำแห่งที่ได้รับความนิยมในตลาดนี้จะมีน้ำหนัก 1 กิโลกรัม 500 กรัม 250 กรัม และ 116.6 กรัม ส่วนเครื่องประดับทองคำที่ชาวยูเออีนิยมมีค่าความบริสุทธิ์ 18, 21 และ 22 กะรัต จากข้อมูลของ World Gold Council พบว่าในปี 2022 ผู้บริโภคชาวยูเออีซื้อเครื่องประดับทองคำเกือบ 50 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 38 เมื่อเทียบกับปี 2021 นับเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลาง

สำหรับรูปแบบเครื่องประดับทองคำที่กำลังเป็นที่นิยมหลังจากวิกฤตการณ์ COVID-19 จะเป็นการออกแบบเฉพาะบุคคลที่ผลิตเป็นพิเศษ และมีชิ้นเดียว โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่ชื่นชอบเครื่องประดับที่เรียบง่าย ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา ราคาที่เข้าถึงได้ และใส่ได้ในทุกโอกาส นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มหันมาซื้อเครื่องประดับที่ทำจากโลหะมีค่าอื่นๆ มากขึ้น ได้แก่ แพลทินัม เงิน โรสโกลด์ และทองขาว รวมถึงความต้องการเครื่องประดับเพชรตกแต่งด้วยมรกต ทับทิม และไพลิน ก็มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังให้ความสำคัญกับการบริโภคทองคำที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้นด้วย

Lab Grown Diamond

เป็นอัญมณีอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความนิยมในสหรัฐอเมริกาหรับอเมริกาและกลุ่มประเทศ MENA เป็นเพชรที่สร้างขึ้นในห้องแล็บโดยใช้เทคโนโลยีที่คิดค้นขึ้นโดยมนุษย์ ซึ่งเพชรสังเคราะห์ที่ว่ามีขายในท้องตลาดทั่วไป และไม่สามารถแยกออกได้ด้วยตาเปล่า ถึงแม้จะเป็นผู้เชี่ยวชาญก็ต้องอาศัยเครื่องมือเฉพาะพิเศษในการตรวจเช็คเชิงลึกเท่านั้นผู้ประกอบการ SME ที่จะนำเข้าสหรัฐอเมริกาหรับอเมริกาและกลุ่มประเทศ MENA ควรได้ใบรับรองจาก GIA หรือสถาบันอัญมณีศาสตร์ของสหรัฐอเมริกา ก่อนนำเข้า



<https://etikajewels.com/education-lab-grown-diamond/>

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

คูโบเป็นศูนย์กลางหลักสำหรับการจัดส่งอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ (GCC) อันได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ บาห์เรน โอมาน และคูเวต ประเทศอื่น ๆ ภูมิภาคตะวันออกกลาง แอฟริกาตอนเหนือ กลาง และใต้ เอเชียกลาง ยุโรปตอนใต้และรัสเซีย เป็นโอกาสของผู้ประกอบการ SME ไทยที่จะใช้เป็นช่องทางในการส่งออกต่อ (Re-Export) ไปยังปลายทางประเทศดังกล่าว โดรนนำอัตลักษณ์ของการขึ้นรูปอัญมณีและเครื่องประดับลายไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทองรูปพรรณเป็นสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่าง ด้วยการสร้างการรู้จักและนำเสนอให้เกิดความนิยมจากนักท่องเที่ยว สหรัฐอาหรับ-เอมิเรตส์ที่มาเยือนประเทศไทย รวมทั้งการหมั่นออกงานแสดงสินค้า อาทิ Jewellery & Gem ASEAN Bangkok ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ เป็นประจำทุกปี ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสเจอคู่ค้าและผู้นำเข้ารายใหม่

นอกจากตลาดค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นตลาดเดิม อัญมณีและเครื่องประดับสำหรับให้ เป็นของขวัญ และอัญมณีและเครื่องประดับสำหรับโอกาสสำคัญในชีวิต เช่น การแต่งงานและการครบรอบแต่งงาน เป็นต้น ก็เป็นอีกหนึ่งตลาดที่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

นอกจากงาน Jewellery & Gem ASEAN Bangkok ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ เป็นประจำทุกปี งานสินค้า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญในสหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ ได้แก่ The Watch & Jewellery Middle East Show จัดขึ้นที่รัฐชาร์จาห์ในช่วงเดือนมีนาคมและตุลาคม และ JGT Dubai Jewellery Show ในรัฐดูไบ ซึ่งจัดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
AL - SALAM JEWELLERY LLC.	www.salamjewellery.com
R.N.A.RESOURCES GROUP LTD.LANDMARK	https://www.landmarkgroup.com
DAMAS JEWELLERY LLC.	https://www.damasjewellery.com
SEA HAWK INTERNATIONAL LLC.	http://www.seahawkintl.com
THANGAM JEWEL LTD.	https://www.thangamjewel.com
HMZ JEWELLERS LLC	https://www.himatlaljewellers.com
LOUZAN GARMENT FACTORY	http://louzanfashion.com
HARSHAD TRADING COMPANY LLC.	https://www.harshad.com
JEWEL LINK DMCC.	https://www.jewelxy.com
NEVERTITI STAR TR	https://nevertiti.ae
ALLIED ENTERPRISES LLC.	http://www.alliedenterprises.net
ALM TRADING LLC.	https://almuae.com
ADVENT FZE.	https://www.advent.com
AL FORSAN INTERNATIONAL SPORTS RESO	https://alforsan.com
HAMI JEWELLERY (LLC.)	https://www.hamijewellery.com
TRADITIONS TRADING LLC.	https://traditionstrading.com
JAWHARA JEWELLRY LLC.	https://www.jawharajewellery.com
BROADWINGS GENERAL TRADING LLC.	http://www.broadwings.in
GOLDEN CIVILIZATION GENERAL TRADING	https://goldencivilization.com
MALABAR GOLD LLC.	https://www.malabargoldanddiamonds.com

ที่มา : Trade Atlas

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ระเบียบและข้อกำหนดด้านภาษีและสิทธิพิเศษทางภาษี

ตั้งแต่ปี 2018 รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ได้เก็บภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 5 ซึ่งแต่เดิมสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ไม่มีการใช้ระบบภาษีกับสินค้าและบริการในประเทศ และภาษีนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในอัตราร้อยละ 0-5 ปัจจุบันดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อความต้องการบริโภคอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี 2018-2019

แต่หากเป็นการนำเข้ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม GCC และ GAFTA[2] จะได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับกฎระเบียบการนำเข้าไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แต่ละรัฐจะมีหน่วยงานศุลกากรดำเนินการภายใต้แนวกำหนดของคณะกรรมการแห่งชาติด้านภาษีและนโยบายเป็นการทั่วไป ซึ่งผู้นำเข้าจะต้องมีใบอนุญาตนำเข้าและเป็นสมาชิกของหอการค้าและอุตสาหกรรม ส่วนขั้นตอนการผ่านพิธีการทางศุลกากรและเอกสารการนำเข้าเป็นไปตามหลักสากลทั่วไป

ทั้งนี้ การนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อร่วมงานแสดงสินค้า จะได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า แต่จะต้องส่งออกสินค้าภายใน 90 วันนับจากวันนำเข้า สำหรับเครื่องประดับที่ผลิตจากโลหะมีค่าทุกชิ้นจะต้องประทับตราสัญลักษณ์ (Hallmark) ที่ระบุค่าความบริสุทธิ์ และน้ำหนักลงบนเครื่องประดับ ส่วนอัญมณีที่วางจำหน่ายทุกเม็ดจะต้องได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่ได้มาตรฐานสากล

แม้ว่าสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จะมีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มสินค้าภายในประเทศหลายรายการรวมทั้งสินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ แต่ปัจจุบันสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีนโยบายสำหรับนักท่องเที่ยวให้สามารถขอเรียกคืนภาษี (Tax Refund) ได้ ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาซื้อสินค้าในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์อีกครั้ง รวมทั้งรัฐบาลมีนโยบายการค้าเสรีเพชรในดูไบ จึงไม่เก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ 5 สำหรับการซื้อขายเพชรแบบขายส่งในเมืองนี้ เพื่อจูงใจผู้ซื้อ/ผู้ค้าจากทั้งในและต่างประเทศทั่วโลก

ระเบียบและข้อกำหนดที่ไม่ใช่ภาษี

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้รายงานถึง นโยบายผลักดันการจัดการจัดหาทองคำอย่างมีจริยธรรมของสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ ที่มุ่งหวังการจัดการจัดหาทองคำอย่างมีจริยธรรม ปัจจุบันการจัดการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นร้อนแรงในธุรกิจเครื่องประดับทั่วโลก โดยนอกเหนือจากการเข้าร่วมและปฏิบัติตามข้อกำหนดของ Kimberley Process สำหรับการค้าเพชรแล้ว สหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ยังพยายามผลักดันแนวทางในการจัดหาทองคำด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยคาดว่าจะช่วยลดหรือกำจัดทองคำแท่งที่ไม่ผ่านการรับรองแหล่งที่มาให้หมดไปจากตลาด และช่วยสร้างความโปร่งใสให้แก่ภาคอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น

การรับรองแหล่งที่มาของทองคำใน UAE

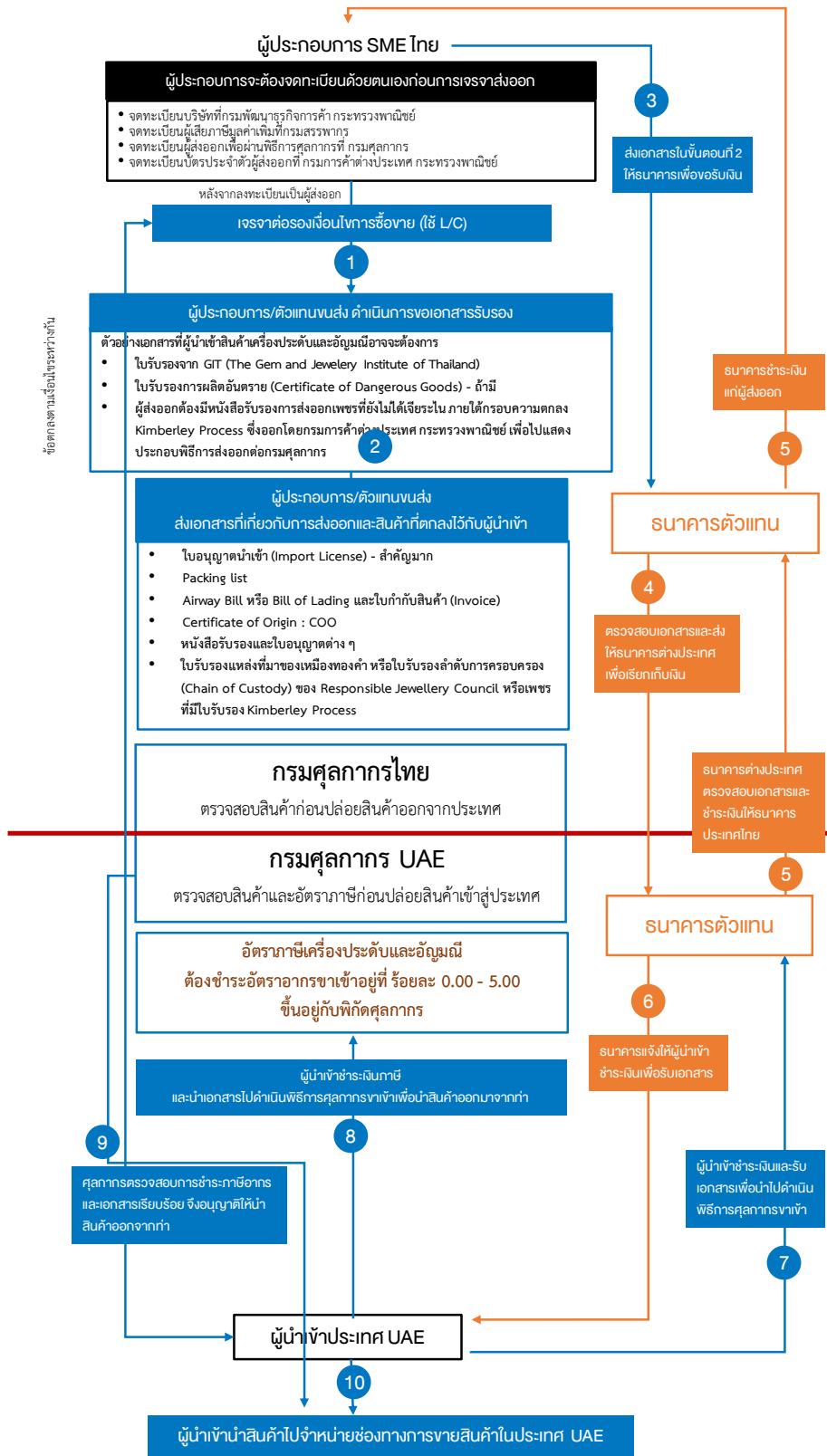
ปัจจุบันการเข้าร่วมกระบวนการรับรองแหล่งที่มาของทองคำในสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ยังคงขึ้นอยู่กับความสมัครใจ โดยมีหน่วยงาน Dubai Multi Commodities Centre (DMCC) เป็นองค์กรหลักที่กำหนดกฎระเบียบในด้านแหล่งที่มาอย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Sourcing Regulatory) มาตรฐานด้านจริยธรรมทางการค้า (Ethical Standards) แนวทางปฏิบัติสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมทองคำและโลหะมีค่า (DMCC Guidance) และข้อกำหนดในการทบทวนที่อ้างอิงกฎสำหรับการตรวจสอบสถานะความเสี่ยงพื้นฐานของกิจการในธุรกิจนี้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (DMCC Rules for Risk Based Due Diligence in the Gold and Precious Metals Supply Chain) ซึ่ง DMCC เป็นหนึ่งในสมาชิกขององค์กรเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) จึงอ้างอิงกระบวนการรับรองแหล่งที่มาโดยปฏิบัติตามแนวทางของ OECD ที่จัดทำกรอบขั้นตอน OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High Risk Areas

ที่ผ่านมากิจการสกัดทองคำและกิจการค้าทองคำภายในสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์บางรายได้สมัครเข้าร่วมปฏิบัติตามข้อกำหนดในการจัดหาเครื่องประดับอย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว โดยส่วนหนึ่งเป็นกิจการค้าทองคำและเครื่องประดับในดูไบ ซึ่งเป็นสมาชิกของ Dubai Gold Jewellery Group (DGJG) (*) ที่ได้สมัครขอใบรับรองเพื่อช่วยยืนยันว่ากิจการของตนใช้ทองคำแท่งที่ “จัดหาอย่างถูกต้อง” (Responsibly Sourced) ในขณะที่กิจการอีกหลายรายยังไม่ได้เข้าร่วมกระบวนการรับรอง เนื่องจากความกังวลเรื่องค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่คิดตามสัดส่วนของผลประกอบการ ซึ่งจะเป็นภาระหนักสำหรับผู้ค้าปลีก

องค์กรที่ให้การรับรองเหมืองทอง ได้แก่ Fairtrade (<http://www.fairgold.org>) และ Fairmined (<http://www.fairmined.org>) ใบรับรองลำดับการครอบครอง (Chain of Custody) ของ Responsible Jewellery Council หรือเพชรที่มีใบรับรอง Kimberley Process รวมถึงการใช้เทคโนโลยี Blockchain ที่สามารถระบุและติดตามแหล่งที่มาของอัญมณีในทุกๆ ขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อแสดงถึงความโปร่งใสในธุรกิจเครื่องประดับ

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 23 ขั้นตอนการส่งออกผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

สิ่งแวดล้อมและพลังงานสะอาด Green Energy



โอกาสด้านการตลาด

(Market Opportunity)

ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงอาบูดาบี ได้รายงานถึงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานสะอาดของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ที่ประกาศขับเคลื่อนการผลิตโซลาร์เซลล์หนึ่งเดียวของโลกใหญ่ที่สุดในอาบูดาบี โดยเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2562 Emirates Water and Electricity Company (EWEC) ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทวางแผนด้านพลังงานของรัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ได้ประกาศแผนงาน “Noor Abu Dhabi” ซึ่งเป็นแผนงานสำหรับการก่อสร้างโครงการพลังงานทดแทนขนาดใหญ่ที่สุดในโลกในยูเออีที่จะสามารถผลิตไฟฟ้ากว่า 1.177 เมกะวัตต์ผ่านการผลิตแผงโซลาร์เซลล์กว่า 3.2 พันล้านแผง พร้อม Vitural Battery Plant หรือโรงเก็บพลังงานสะอาดที่ใหญ่ที่สุดในโลก ผ่านกำลังการผลิต 108 MW ที่ผลิตพลังงานไฟฟ้าได้ 648 MWh โดยตัวแบตเตอรี่ที่ใช้เป็นแบบ Sodium-Sulfur และตั้งกระจายอยู่ 10 พื้นที่ในกรุงอาบูดาบี แต่มีศูนย์ควบคุมเพียงแห่งเดียว โดยการก่อสร้างโครงการดังกล่าวจะมีขึ้นในพื้นที่เขต Sweihan ของเมือง Al Air ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท Abu Dhabi Power Corporation กลุ่มบริษัท Marubeni Corp ของญี่ปุ่น และบริษัท Jinko Solar Holding ของจีน ซึ่งมีจุดประสงค์ให้รัฐอาบูดาบีสามารถเพิ่มพลังการผลิต พลังงานทดแทน และลดการใช้ก๊าซธรรมชาติ และคาดว่าโครงการดังกล่าวจะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ได้ถึง 1 ล้านเมตริกตันต่อปี หรือเทียบเท่าการนำรถยนต์ 200,000 คนออกจากถนน

นอกจากนี้ รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ลงนามความตกลงกับ Abu Dhabi Global Market เพื่อส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจอย่างยั่งยืน สนับสนุนธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเชิญชวนนักธุรกิจต่างชาติให้มาลงทุนในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ในสาขาดังกล่าว เป็นการดำเนินตามแผนงานของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ในด้านสิ่งแวดล้อมตามเป้าหมาย UAE Green Agenda 2030 ที่จะส่งเสริมให้ประเทศใช้พลังงานสะอาดร้อยละ 50 และตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนเป็นร้อยละ 75 ในปี 2050

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ (2021) รายงานถึงโอกาสในการลงทุนในธุรกิจผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ต้องการเพิ่มการแข่งขันในธุรกิจพลังงานไฟฟ้าเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งยังเป็นการแบ่งเบาภาระการลงทุนของรัฐในระบบผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าด้วยที่ผ่านมา รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องสำหรับโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานทดแทน โดยได้เดินหน้าพลังงานหมุนเวียนรูปแบบต่างๆ ล่าสุดรัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีโครงการร่วมกับภาคเอกชนในการผลิตไฟฟ้าพลังงานทดแทน ได้แก่ โครงการเปลี่ยนบ่อขยะให้เป็นโซลาร์ฟาร์มในรัฐจาจาห์ และโครงการโรงผลิตไฟฟ้าจากขยะในรัฐอาบูดาบี

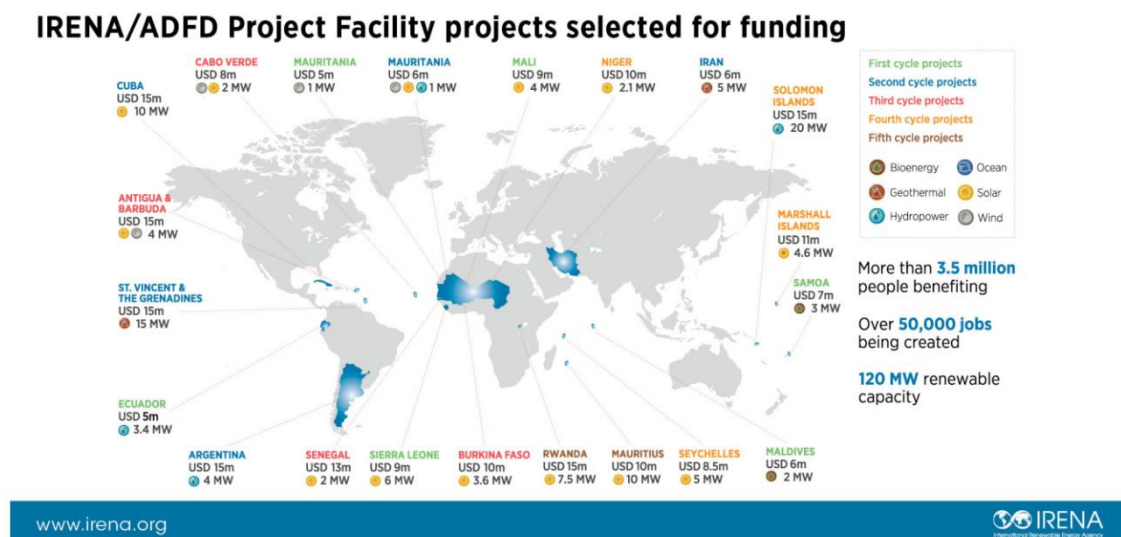
นอกจากการมุ่งเน้นการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานสะอาดแล้วนั้น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังให้ความสำคัญกับการลงทุนวิจัยและพัฒนาพลังงานไฮโดรเจนสีเขียว สำนักข่าวรอยเตอร์ (2023) ได้รายงานถึงการลงทุนเพื่อให้เกิดการผลิตพลังงานจากไฮโดรเจนให้ได้ 1.4 ล้านตันต่อปี ภายในปี 2031 และมุ่งหวังให้ได้ปริมาณถึง 15 ล้านตันต่อปี ภายในปี 2050 ที่สำคัญ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ได้รับหน้าที่เป็นเจ้าภาพจัดงาน COP 28 ในเดือนพฤศจิกายน 2023 นี้

พฤติกรรมผู้บริโภค

สำหรับตลาด B2B และ B2G นั้น ผู้บริโภคที่เป็นหน่วยงานมักจะแสวงหาเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากการถ่ายทอดองค์ความรู้ (Extensive Knowledge) ผ่านงานวิจัย การจัดสัมมนาวิชาการ และงานแสดงสินค้าและบริการด้านพลังงานต่างๆ อาทิ งาน World Future Energy Summit จัดขึ้นที่เมืองอาบูดาบี ตั้งแต่ปี 2008 อันนำมาซึ่งการถ่ายทอดเทคโนโลยีและข้อตกลงเชิงพาณิชย์ โดยมีหน่วยงานความร่วมมือระดับนานาชาติอย่าง the International Renewable Energy (IRENA) ถูกจัดตั้งขึ้นในปี 2009 โดยมีสำนักงานใหญ่ที่เมืองอาบูดาบี โดยมี 168 ประเทศและกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปเป็นสมาชิก หนึ่งในบทบาทสำคัญ คือ การพัฒนาโครงการพลังงานทดแทนจากแสงอาทิตย์ขนาดใหญ่ และสร้างความพยายามต่าง ๆ ที่จะลดผลกระทบจากสภาวะอากาศที่เปลี่ยนแปลงตามการลงนามข้อตกลงปารีสปี 2016 รวมทั้งการประสานและบริหารงาน COP 28 ในเดือนพฤศจิกายน 2023 นี้ โดยงบประมาณดำเนินการส่วนใหญ่มาจากเงินสนับสนุนจากต่างประเทศผ่าน Abu Dhabi Fund for Development (ADFD) โดยมีโครงการต่าง ๆ ที่อยู่ระหว่างการลงทุนพัฒนาและบริการจัดการ ดังแสดงในแผนภาพที่ 24

อีกช่องทางหนึ่งที่สำคัญในการพิจารณาบริษัทที่เข้ามาให้บริการ คือ การร่วมพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านพลังงานทางเลือกกับกลุ่มสตาร์ทอัพ ทั้งการร่วมมือพันธมิตรทางเทคโนโลยี (Strategic Partner / Strategic Alliances) การร่วมลงทุน (Joint Venture) ซึ่งมีทั้งผู้พัฒนาเทคโนโลยีพลังงานสะอาดที่เป็น Deep Technology หรือเป็นผู้ให้บริการในรูปแบบที่ปรึกษาผ่าน Platform โดยมีมูลค่าการระดมทุนดังแสดงในแผนภาพที่ 25

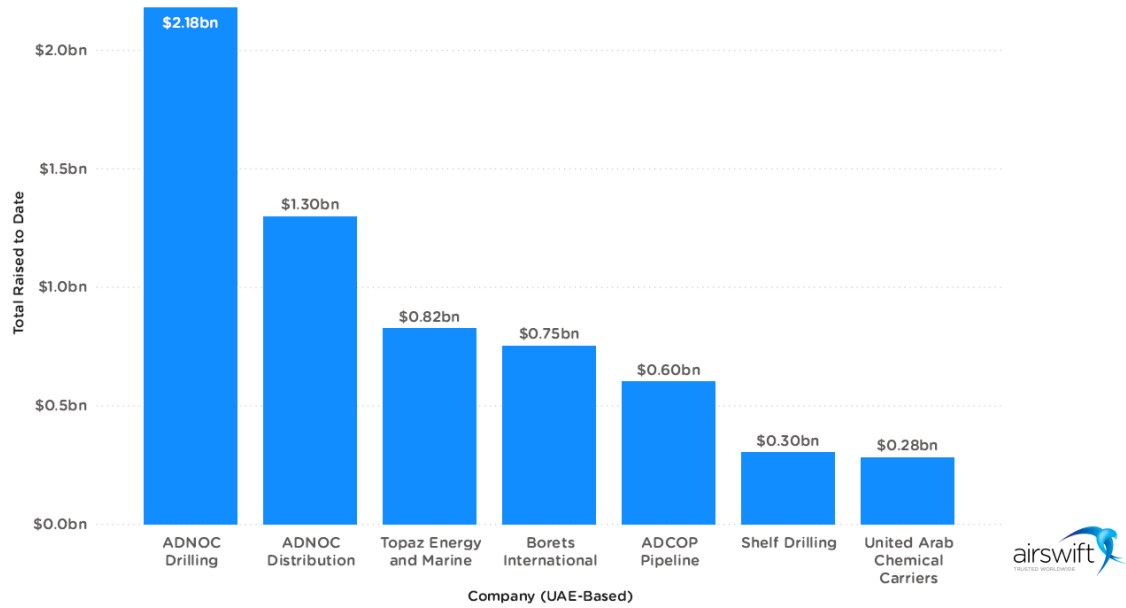
แผนภาพที่ 24 โครงการพลังงานทดแทนที่บริหารโดย IRENA ผ่านกองทุน ADFD



แผนภาพที่ 25 มูลค่าเงินลงทุนในสตาร์ทอัพกลุ่มพลังงานใน

Total Raised to Date by Company (UAE-Based)

Source: Pitchbook



กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แม้ว่าสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำส่งออกน้ำมันดิบรายสำคัญของโลก แต่ก็ยังเดินหน้าลงทุนผลิตพลังงานสะอาด โดยสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำบทบาทสำคัญในการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับสากลและเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) โดยได้เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลได้ลงทุนในหลายโครงการเพื่อผลิตพลังงานทดแทน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์พลังงานหมุนเวียนจากบ่อขยะ รวมทั้งนโยบายของรัฐที่ต้องการเพิ่มการแข่งขันในธุรกิจพลังงานไฟฟ้า ให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตไฟฟ้า เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับประเทศไทยนั้น มีผู้ประกอบการผลิตไฟฟ้าอิสระของเอกชนหลายราย รวมทั้งบริษัทที่ปรึกษาในการออกแบบระบบที่เป็นธุรกิจ SME ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตกระแสไฟฟ้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากแหล่งพลังงานทดแทน จึงเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดมาสู่ภูมิภาคตะวันออกกลาง ที่ปัจจุบันเปิดโอกาสให้เอกชนร่วมผลิตพลังงานหมุนเวียนมากขึ้นเพื่อแบ่งเบาภาระการลงทุนของรัฐในระบบผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าด้วย

นอกจากนี้ประเทศไทยโดยกลุ่ม ปตท. อยู่ระหว่างวิจัยและพัฒนาพลังงานไฮโดรเจน ผู้ประกอบการ SMEs ที่เป็นธุรกิจสตาร์ทอัพและที่ปรึกษาด้านการออกแบบพลังงาน อาจร่วมธุรกิจกับผู้ประกอบการรายใหญ่ดังกล่าวในรูปแบบของกิจการร่วมค้า (Consortium) หรือกิจการร่วมทุน (Joint Venture) ในการรุกสู่อุตสาหกรรมดังกล่าวในประเทศสหรัฐอเมริกา

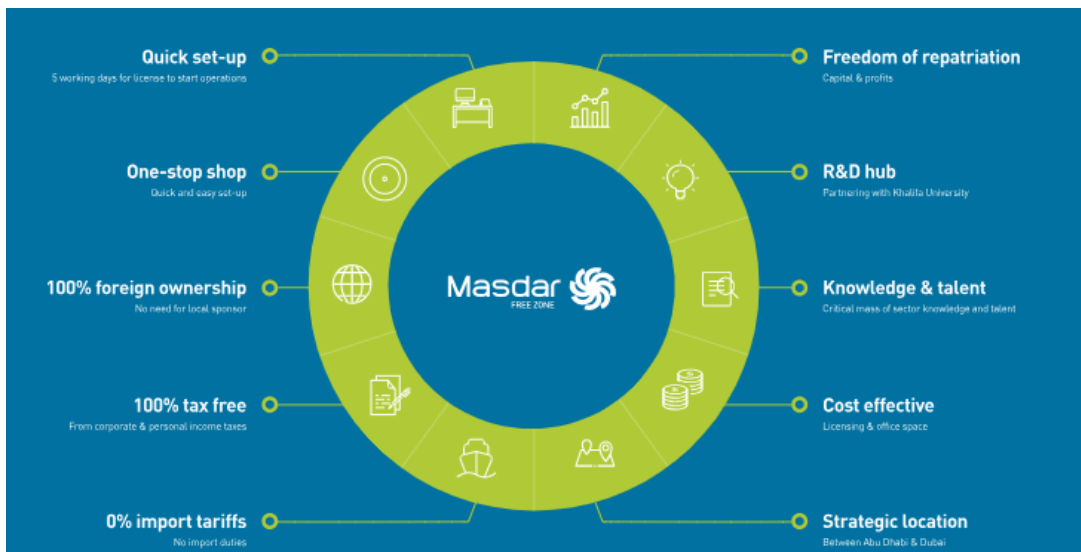
กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

ส่วนใหญ่จะเป็นงานประชุมวิชาการนานาชาติและนำเสนอเทคโนโลยีด้านพลังงานทดแทนและพลังงานสะอาด อาทิ International Conference on Solar Power Technology 2023 / Global Congress on Renewable and Non-Renewable Energy 2023/ Global Congress on Renewable and Non-Renewable Energy 2023

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (Abu Dhabi Economic Vision 2030) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน รัฐบาล UAE สนับสนุนให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนใน Economic Free Zone หนึ่งในธุรกิจที่สนับสนุนได้แก่ เทคโนโลยี ด้านพลังงานและพลังงานทางเลือก

โครงการ Masdar City หรือเมืองอัจฉริยะทางตะวันออกเฉียงใต้ของอาบูดาบี (คาดว่าจะแล้วเสร็จปี 2033) จะเป็นศูนย์กลางด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการใช้ชีวิตในเมืองที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน เป็นแหล่งรวมบริษัทและองค์กรเกี่ยวกับการพัฒนาด้านพลังงานทางเลือกและเทคโนโลยีที่เป็นพลังงานสะอาด และเป็นเมือง Zero carbon พร้อมจัดตั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) ที่สามารถรองรับประชากรประมาณ 40,000 คน รวมทั้งโรงงานและบริษัทมากกว่า 100 แห่ง



ที่มา : masdarcityfreezone.com

โดยสิทธิประโยชน์ที่ให้การส่งเสริม อาทิ

- นักลงทุนต่างชาติสามารถถือครองกรรมสิทธิ์ธุรกิจในประเทศได้ร้อยละ 100 ในธุรกิจและอุตสาหกรรมจำนวน 1,000 ประเภท อันรวมถึงธุรกิจสิ่งแวดล้อมและพลังงานสะอาด โดยไม่ต้องมีหุ้นส่วนชาว UAE เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2021
- ขยายโครงการวีซ่าทองคำ 10 ปีเพื่อส่งเสริมให้ผู้เชี่ยวชาญต่างชาติตั้งถิ่นฐานในประเทศ ซึ่งช่วยสนับสนุนความเชื่อมั่นในการลงทุน

- ออก “วีซ่าเขียว” (Green visa) ประเภทใหม่ที่ยืดหยุ่นมากขึ้น อาทิ อนุญาตให้แรงงานสามารถพำนัก อยู่ในประเทศต่อไปได้อีก 3 เดือน เมื่อสิ้นสุดสภาพการจ้างงาน จากเดิมที่ต้องออกนอกประเทศใน 30 วัน เพื่อเปิดโอกาสให้แรงงานมีเวลาสำหรับหางานใหม่ นอกจากนี้วีซ่าเขียวยังให้สิทธิการพำนักในยูเออีแก่ผู้ประกอบการต่างชาติที่มีกิจการของตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องมีนายจ้าง หรือมีข้อผูกมัดกับบริษัทใน UAE และยังอนุญาตให้แรงงานสามารถนำบุตรอายุไม่เกิน 25 ปีเข้ามาใน UAE ได้ จากเดิมที่กำหนดอายุไม่เกิน 18 ปี
- แหล่งเงินทุนอื่นๆ สำหรับธุรกิจด้านพลังงานทดแทนและสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการสินเชื่อสนับสนุน มีอย่างน้อย 6 ธนาคารใน UAE ให้การสนับสนุนโครงการริเริ่มพลังงานสีเขียว (Green Energy Initiatives) คิดเป็นมูลค่ากว่า 51.8 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2022 หรือเงินกองทุน Dubai Green Fund ที่ได้รับการจัดตั้งโดยรัฐบาลและสนับสนุนโดยหน่วยงานการประปาและไฟฟ้าแห่งดูไบ (Dubai Electricity & Water Authority, DEWA) ในการสนับสนุนในโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศปลายทางที่ส่งออกสินค้าและบริการครอบคลุมอย่างน้อยในเรื่องสิทธิบัตร (Patent) และเครื่องหมายการค้า (Trademark) สำหรับประเทศ UAE นั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องดังกล่าว ได้แก่ Development of Innovation in the Economy and Patents Department (DIEPD) และ WIPO (World Intellectual Property Organization) ที่ยังไม่มีสำนักงานสาขาประจำประเทศ UAE

Development of Innovation in the Economy and Patents Department (DIEPD) เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจ ในขณะที่ WIPO เป็นองค์กรกลางของโลกเพื่อสนับสนุนกิจกรรมและการดำเนินงานด้านทรัพย์สินทางปัญญา อาทิ การค้นหาฐานข้อมูลเครื่องหมายการค้าของแบรนด์ทั่วโลก หรือการให้คำปรึกษาข้อพิพาทกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา

การขอรับขึ้นทะเบียนสิทธิบัตร (Patent)

1. ทำความเข้าใจในสิทธิบัตร เมื่อผู้ประกอบการได้รับการขึ้นทะเบียนถือครองสิทธิบัตรในสิ่งประดิษฐ์หรือกระบวนการ จะได้รับสิทธิในการผลิต จำหน่าย หรือมอบ/จำหน่ายสิทธิให้ผู้อื่นผลิตต่อ มี 2 ประเภท ได้แก่
 - 1.1 สิทธิบัตรสิ่งประดิษฐ์หรือ Invention Patent (PI) สำหรับเทคโนโลยีใหม่ที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการ เช่น เครื่องยนต์ใหม่ หรือกระบวนการผลิตแบบใหม่
 - 1.2 สิทธิบัตรผลิตภัณฑ์หรือประโยชน์ หรือ Utility Model Patent (MU) คุ้มครองสิ่งประดิษฐ์ที่มีความใหม่ในเชิงเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับรูปร่าง และหรือโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถปฏิบัติตามได้
2. กฎหมายที่บังคับใช้ ได้แก่ Federal Law No. (31) for the year 2006 โดยสิ่งประดิษฐ์ที่ขอยื่นจดทะเบียนต้องเป็นสิ่งที่ใหม่ ไม่เคยมีการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักก่อนวันยื่นจดทะเบียน อย่างไรก็ตามต้องสามารถระบุรายละเอียดด้านเทคนิคเพียงพอสำหรับการพิจารณา
3. ค้นหาการขึ้นทะเบียนสิทธิบัตรได้ที่ฐานข้อมูลสิทธิบัตรของ WIPO
4. ผู้ประกอบการนอกราชอาณาจักร จำเป็นต้องมอบอำนาจให้ผู้แทนท้องถิ่น ลงทะเบียนยื่นขึ้นทะเบียนผ่านระบบ e-System ได้ที่:

<https://www.moec.gov.ae/en/web/guest/apply-for-patent>
5. การขึ้นทะเบียนตามแนวทาง the Patent Cooperation Treaty (PCT) ซึ่งเป็นความตกลงระหว่างประเทศสำหรับการขอรับความคุ้มครองการประดิษฐ์ในประเทศที่เป็นสมาชิก เพื่ออำนวยความสะดวก และลดภาระของผู้ขอรับสิทธิบัตร แทนที่จะต้องไปยื่นคำขอรับสิทธิบัตรในประเทศต่าง ๆ แต่ละประเทศที่ผู้ขอประสงค์จะขอรับความคุ้มครอง ซึ่งหมายถึง

ผู้ประกอบการสามารถใช้สิทธิของยื่นการขึ้นทะเบียนที่ประเทศไทย และขอความคุ้มครองสิทธิในประเทศ UAE

6. ในกรณีที่ยื่นขอขึ้นทะเบียน เอกสารขอขึ้นทะเบียน ภาพเขียน และการอ้างสิทธิจะต้องยื่นเป็นภาษาอังกฤษและภาษาอารบิก โดยให้เวลาไม่เกิน 90 วันสำหรับส่งเอกสารเพิ่มเติม นับจากวันที่ยื่นคำร้อง ในกรณีที่เกินระยะเวลามีค่าปรับ

7. ค่าธรรมเนียม

ค่าสมัครครั้งแรก	AED 2,000
การค้นหาและส่งพิจารณาสิทธิบัตรครั้งแรก	AED 7,000
การค้นหาและส่งพิจารณาสิทธิบัตรครั้งที่สองและสาม	AED 5,000
การเผยแพร่สาธารณะ (Publication Fees)	ไม่มีค่าธรรมเนียม
การส่งคำร้องคัดค้านหรือโต้แย้ง	ไม่มีค่าธรรมเนียม

8. รอติดตามผล ใช้ระยะเวลา 7 เดือนสำหรับการพิจารณาทางกฎหมาย + 42 เดือนสำหรับการพิจารณาอนุมัติ + 3 เดือนหลังจากเผยแพร่สู่สาธารณะจึงได้เอกสารรับรองการขึ้นทะเบียน

9. เริ่มการคุ้มครอง มีอายุ 20 ปี

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (Trademark)

เครื่องหมายการค้าที่อาจจะเป็นชื่อหรือรูปภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เครื่องหมายการรับรองคุณภาพและมาตรฐาน เครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษากฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 กฎหมายและระเบียบ โดยประเทศในกลุ่มอ่าวอาหรับจะยึดถือกฎหมาย Gulf Cooperation Council ("GCC") Trademark และ Federal Decree Law No. 36 of 2021 on Trademarks สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ที่:

<https://www.jetro.go.jp/newsletter/dubai/2022/Acrobatdocument.pdf>
 - 1.2 พิธีสารมาดริด (Madrid Protocol) คือ ความตกลงที่จัดตั้งระบบการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศ มีการกำหนดกฎเกณฑ์การขอจดทะเบียนผ่านสำนักระหว่างประเทศ (International Bureau หรือ IB) ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) ซึ่งผู้ประกอบการ SME สามารถยื่นขอได้ที่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
2. ค้นหาแบรนด์เครื่องหมายการค้าทั่วโลกที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบรนด์ระดับโลกต่างๆ สามารถค้นหาได้ที่เว็บไซต์ของ WIPO และ Intellectual Property Department
3. ผู้ประกอบการนอกราชอาณาจักร จำเป็นต้องมอบอำนาจให้ผู้แทนท้องถิ่นที่ได้รับอนุญาตจากภาครัฐ ลงทะเบียนยื่นขึ้นทะเบียนผ่านระบบ e-System ได้ที่:

<https://www.moec.gov.ae/en/w/register-trademark%C2%A0>
4. ค่าธรรมเนียม รวมทั้งสิ้น AED 6,500

ค่าสมัคร	AED 750
การเผยแพร่สาธารณะ (Publication Fees)	AED 750
จดทะเบียน	AED 5,000
5. รอติดตามผลการจดทะเบียน ใช้ระยะเวลาการพิจารณาและรับฟังการคัดค้านประมาณ 150 วัน (90 วันพิจารณา + 30 วัน รอฟังคำคัดค้าน และ 30 วันสำหรับการออกเอกสารอนุมัติ) โดยการชำระค่าธรรมเนียมแบ่งจ่ายตามขั้นตอน การจ่ายค่าธรรมเนียมล่าช้าเกินกำหนด 30 วันมีค่าปรับ
6. ในกรณีที่ประกาศผลการจดทะเบียน ให้ดำเนินการจ่ายค่าธรรมเนียมใบรับรองการขึ้นทะเบียน โดยใบรับรองมีอายุ 10 ปี ซึ่งจะต้องขอรับการต่อทะเบียน

