

คำถามจากการสัมมนาเรื่อง “สู่ทางธุรกิจไทยในตะวันออกกลาง”

ข้อ 2 คำถาม : กฎ ข้อห้าม และข้อบังคับ สำหรับธุรกิจเครื่องประดับในตะวันออกกลาง

คำตอบ : ประเทศในตะวันออกกลางซึ่งเป็นผู้ค้าสำคัญในการส่งออกเครื่องประดับของไทย ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย และบาห์เรน ซึ่งมีระเบียบนำเข้าเครื่องประดับสำคัญ ดังนี้

สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

มาตรการทางภาษี

- เครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียมเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 5

มาตรการที่มีใช้ภาษี อาทิก

- เครื่องประดับแท้ที่จำหน่ายในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ต้องประทับตราเครื่องหมายรับรองคุณภาพ (Hallmarking) หรือปิดฉลาก (Labeling) เพื่อระบุถึงความบริสุทธิ์และมูลค่าของเนื้อโลหะมีค่า

ซาอุดีอาระเบีย

มาตรการที่มีใช้ภาษี อาทิก

- เครื่องประดับทองคำที่จำหน่ายในซาอุดีอาระเบียต้องได้รับ Certificate of Conformity จาก Saudi Arabian Standards Organization (SASO) เพื่อรับรองมาตรฐานเครื่องประดับแท้

- เครื่องประดับทองคำที่จำหน่ายในซาอุดีอาระเบียต้องมีความบริสุทธิ์ไม่น้อยกว่า 18 กะรัต

บาห์เรน

มาตรการทางภาษี

- เครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียมเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 5

มาตรการที่มีใช้ภาษี อาทิก

- ห้ามนำเข้าหรือซื้อขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับไข่มุกเลี้ยง ทั้งนี้ เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมไข่มุกธรรมชาติในประเทศ และคงไว้ซึ่งชื่อเสียงของบาห์เรนในการเป็นศูนย์กลางการค้าไข่มุกของโลก

- เครื่องประดับที่จำหน่ายในบาห์เรนต้องระบุค่าความบริสุทธิ์ของโลหะ และต้องสลักเครื่องหมายรับรองคุณภาพลงบนเครื่องประดับ

- เครื่องประดับทุกประเภทที่นำเข้ามายังบาห์เรนต้องติดฉลากระบุประเทศผู้ผลิตทุกครั้ง มิฉะนั้นจะไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้า

- ห้ามใช้คำว่า Persian Gulf บนกล่องบรรจุภัณฑ์ หรือเอกสารใด ๆ แต่ให้ใช้คำว่า Arabian Gulf แทน

ทั้งนี้ รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ สำนักบริหารการนำเข้าส่งออกสินค้าไปกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โทร 02-547-5122

ข้อ 3. คำถาม : ส่วนใหญ่สหรัฐอเมริกาหับเอมิเรตส์นำเข้าข้าวประเภทใดจากไทย

คำตอบ : ปัจจุบันสหรัฐอเมริกาหับเอมิเรตส์นำเข้าทั้งข้าวขาว ข้าวหอมมะลิ และข้าวหนึ่งจากไทย มีรายละเอียดดังนี้

มูลค่าส่งออกข้าวของไทยไปสหรัฐอเมริกาหับเอมิเรตส์

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเภท	2545	2546	2547	2547 (ม.ค.-มิ.ย.)	2548 (ม.ค.-มิ.ย.)	อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		
						2546	2547	2548 (ม.ค.-มิ.ย.)
ข้าวขาว	42.5	9.4	12.5	4.4	0.5	-77.9	33.0	-88.6
ข้าวหอมมะลิ	0.9	1.8	4.4	1.6	3.4	100.0	144.4	112.5
ข้าวหนึ่ง	3.9	5.1	9.0	5.9	4.5	30.8	76.5	-23.7
รวม	47.3	16.3	25.9	11.9	8.4	-65.5	58.9	-29.4

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

ข้อ 4. คำถาม : ข้าวเป็นอาหารหลักของชาวตะวันออกกลางหรือไม่

คำตอบ : ชาวตะวันออกกลางรับประทานทั้งข้าวและขนมปัง โดยทั่วไปแล้วชาวตะวันออกกลางไม่ได้รับประทานข้าวเป็นอาหารทุกมื้อเช่นคนไทย แต่ก็นับว่ารับประทานข้าวมากกว่าชาวยุโรป และมีบางประเทศในตะวันออกกลาง อาทิ อิรัก และอิหร่าน ที่รับประทานข้าวเป็นอาหารหลัก

ทั้งนี้ ปัจจุบันข้าวเป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปตะวันออกกลางมากเป็นอันดับ 3 รองจากรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีตลาดส่งออกสำคัญ คือ อิรัก อิหร่าน และเยเมน

มูลค่าส่งออกข้าวของไทยไปตะวันออกกลาง

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2545	2546	2547	2547 (ม.ค.-มิ.ย.)	2548 (ม.ค.-มิ.ย.)	อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		
						2546	2547	2548 (ม.ค.-มิ.ย.)
อิรัก	45.2	94.0	152.8	74.5	91.6	108.0	62.6	23.0
อิหร่าน	70.1	98.0	140.6	53.9	45.4	39.8	43.5	-15.8
เยเมน	26.8	24.3	40.7	11.9	15.7	-9.3	67.5	31.9
อื่น ๆ	104.6	65.7	82.2	39.8	29.2	-37.2	25.1	-26.6
รวม	246.7	282.0	416.3	180.1	181.9	14.3	47.6	1.0

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

ข้อ 6 คำถาม : ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และงานตกแต่งภายในในวันออกกลาง โดยเฉพาะดูไบ มีโอกาสมากน้อยเพียงใด และควรเริ่มต้นอย่างไร

คำตอบ : ดูไบเป็นเมืองหลวงของรัฐดูไบซึ่งเป็นรัฐหนึ่งของสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ โดยทั่วไปการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไปตลาดตะวันออกกลางมีแนวโน้มขยายตัวดี โดยเฉพาะการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่ไปสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์เนื่องจาก

- **ตะวันออกกลางเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีกำลังซื้อสูง** ด้วยจำนวนประชากรใน 14 ประเทศ (ประกอบด้วย คูเวต กาตาร์ สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน อิสราเอล โอมาน ซาอุดีอาระเบีย อิหร่าน จอร์แดน เลบานอน ซีเรีย เยเมน อิรัก และอียิปต์) รวมกันถึงกว่า 230 ล้านคน มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงราว 6,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี

- **ความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ขยายตัวต่อเนื่อง** ตามโครงการก่อสร้างอาคารและสำนักงานที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2548 สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากไทยสูงราว 3.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 38.5 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2547 นับเป็นการขยายตัวติดต่อกันเป็นปีที่ 8

- **ภาครัฐมีนโยบายรุกตลาดต่างประเทศ** โดยเฉพาะประเทศในแถบตะวันออกกลาง ด้วยการจัดงานแสดงเฟอร์นิเจอร์ทั้งในประเทศและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์เฟอร์นิเจอร์ไทยให้เป็นที่รู้จัก

ในส่วนของการเริ่มต้นธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไปยังประเทศในแถบตะวันออกกลางสามารถหารายละเอียดเพิ่มเติม อาทิ กฎระเบียบขั้นตอนการส่งออก และข้อมูลด้านการค้าและการส่งออกได้ที่ www.depthai.go.th

ข้อ 10 คำถาม : งาน Exhibition ที่ดูไบในปี 2548 จะจัดเมื่อไร และหากสนใจไปร่วมจัด จะต้องติดต่อที่ไหนสำหรับตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ มีโอกาสเป็นไปได้หรือไม่

คำตอบ : ในส่วนของการเข้าร่วมงาน และวันที่จัดงาน Exhibition ที่ดูไบสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ โทร 02-511-6021

สำหรับการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปดูไบมีแนวโน้มขยายตัวดีตามการส่งออกไปสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์โดยรวม โดยเฉพาะการส่งออกเครื่องประดับทองคำ เนื่องจาก

- **สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง** ด้วยรายได้เฉลี่ยมากถึง 22,017 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี สูงเป็นอันดับ 2 ของประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง รองจากกาตาร์

- **เครื่องประดับทองคำของไทยได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับในสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์** สังเกตได้จากมูลค่านำเข้าเครื่องประดับทองคำของสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์จากไทย ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2548 ที่สูงถึง 19.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 51.5 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2547 นับเป็นการขยายตัวติดต่อกันเป็นปีที่ 3

- **ความต้องการเครื่องประดับทองคำในสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ขยายตัวต่อเนื่อง** ตามการขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจ และธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งนี้ ปัจจุบันความต้องการเครื่องประดับทองคำใน

สหรัฐอเมริกาบริบทจัดเป็นอันดับ 8 ของโลก และเป็นอันดับ 2 ของกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง รองจากซาอุดีอาระเบีย โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2547 ความต้องการเครื่องประดับทองคำของสหรัฐอเมริกาบริบทขยายตัวร้อยละ 5

นอกจากนี้ การที่สหรัฐอเมริกาบริบทเป็นแหล่งค้าส่งและค้าปลีกเครื่องประดับทองคำที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าและส่งออกต่อที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากฮ่องกง และสิงคโปร์ (2 ใน 3 ของเครื่องประดับทองคำที่สหรัฐอเมริกาบริบทนำเข้า ส่วนใหญ่จะส่งออกไปยังประเทศที่สาม) จึงเป็นโอกาสที่ไทยจะใช้สหรัฐอเมริกาบริบทเป็นประตูเพื่อกระจายสินค้าไปสู่ประเทศอื่น ๆ ในตะวันออกกลาง

ข้อ 26. คำถาม : มีความคิดอย่างไรกับการส่งออกผลไม้ไปยังตะวันออกกลาง

คำตอบ : แม้ปัจจุบันไทยมีมูลค่าส่งออกผลไม้ไปตะวันออกกลางคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 4 ของมูลค่าส่งออกผลไม้ทั้งหมดของไทย แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าอัตราขยายตัวของมูลค่าส่งออกผลไม้ไปตะวันออกกลางเพิ่มขึ้นอย่างน่าสนใจ ทั้งนี้ ผลไม้ที่ไทยส่งออกไปตะวันออกกลางมากที่สุด คือ ผลไม้กระป๋องและแปรรูป (สัดส่วนประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าส่งออกผลไม้ทั้งหมดของไทยไปตะวันออกกลาง) มีตลาดส่งออกสำคัญอันดับหนึ่งคือ ซาอุดีอาระเบีย รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกาบริบท ขณะที่ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็งและผลไม้แห้งมีตลาดส่งออกสำคัญอันดับหนึ่ง คือ สหรัฐอเมริกาบริบท รองลงมา คือ ซาอุดีอาระเบีย และอิหร่าน ตามลำดับ

มูลค่าส่งออกผลไม้ไทยไปตะวันออกกลาง

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเภท	2545	2546	2547	2547 (ม.ค.-มิ.ย.)	2548 (ม.ค.-มิ.ย.)	อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		
						2546	2547	2548 (ม.ค.-มิ.ย.)
ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป	24.4	29.5	33.1	15.8	19.0	20.9	12.2	20.3
ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	4.6	5.9	8.3	4.1	4.8	28.3	40.7	17.1
รวม	29.0	35.4	41.4	19.9	23.8	22.1	16.9	19.6

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

คำถามข้อ 22 : อยากรทราบแนวโน้มตลาดเครื่องยนต์ที่ใช้ในการเกษตรในตะวันออกกลาง อาทิ เครื่องปั่นไฟฟ้า และปั้มน้ำ

คำตอบ : การส่งออกสินค้าหมวดเครื่องจักรและอุปกรณ์ทางการเกษตร รวมถึงเครื่องยนต์ที่ใช้ในการเกษตร ไปยังตะวันออกกลางไม่ค่อยสดใสนัก เนื่องจากความต้องการใช้สินค้าดังกล่าวของภาคเกษตรกรรมในภูมิภาคนี้ ยังมีไม่มากนักตามมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตรกรรมที่คิดเป็นสัดส่วนเพียงราวร้อยละ 10 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ซึ่งเป็นผลจากข้อจำกัดด้านสภาพภูมิประเทศที่มีลักษณะแบบทะเลทราย ทำให้ไม่เอื้อต่อการทำเกษตรกรรม ทั้งนี้ ปัจจุบันการนำเข้าเครื่องจักรทางการเกษตร (HS 8432) ของกลุ่มประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council : GCC) มีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะซาอุดีอาระเบีย โอมาน และบาห์เรน โดยในปี 2546 ทั้งสามประเทศมีการนำเข้าสินค้าหมวดนี้ลดลงเฉลี่ยราวร้อยละ 35 จากปี 2545