

คำถามที่ถามบ่อยเกี่ยวกับการค้าและการลงทุน

1.) **ถาม :** บริษัทผลิตภัณฑ์ความงามขอใบอนุญาตการขายสินค้า ML Registration (ใบอนุญาต อย.) ในประเทศอินโดนีเซีย แต่ไม่ทราบว่านานเท่าไรถึงจะได้รับใบอนุญาตดังกล่าว?

ตอบ: ประเทศอินโดนีเซียพยายามปกป้องสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านความงามและยารักษาโรค ภายในประเทศ ดังนั้นไม่สามารถระบุระยะเวลาของการให้อนุญาตได้เลย ซึ่งช่วงระยะเวลาขออนุญาตดังกล่าว อาจอยู่ระหว่าง 6 เดือน ถึง 2 ปี หรือไม่มีระยะเวลากำหนด เป็นต้น ดังนั้น ผู้ส่งออกชาวไทยที่ต้องการส่งสินค้าประเภทดังกล่าวเข้าไปยังประเทศอินโดนีเซียควรต้องหา Distributor ของประเทศเหล่านี้เพื่อเป็นตัวแทนในการนำสินค้าไปจำหน่ายจะดีกว่า เนื่องจากหากต้องรอเพื่อให้ได้รับใบอนุญาต ML อาจทำให้เสียเวลาในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากระยะเวลาในการได้รับอนุญาตนั้นไม่สามารถระบุได้แน่นอน

2.) **ถาม :** เนื่องจากประเทศสิงคโปร์ มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านธุรกิจ และมีความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นกับประเทศอินโดนีเซีย ดังนั้นเป็นไปได้หรือไม่ว่าเราจะทำการจ้าง Distributor ที่เป็นชาวสิงคโปร์เพื่อนำสินค้าเข้าไปขายในอินโดนีเซีย ?

ตอบ : การปฏิบัติดังกล่าวอาจไม่ได้ทำให้มีความได้เปรียบและประสบความสำเร็จในการนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซียเสมอไป ทั้งนี้เนื่องจากจะเป็นการเพิ่มขึ้นตอนในการดำเนินการด้านเอกสารและการขออนุญาตทำให้เกิดความยุ่งยากขึ้นอีก นอกจากนี้แล้ว ทางกรของประเทศอินโดนีเซียอาจไม่สนับสนุนวิธีดำเนินการดังกล่าว เนื่องจากว่าหากสินค้านำเข้ามีปัญหาด้านคุณภาพทำให้เกิดความยุ่งยากในการตรวจสอบหาผู้ส่งออก

นอกจากนี้แล้ว แม้ว่า ASEAN มีแนวโน้มที่จะเปิดเสรีด้านการค้า โดยเฉพาะการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ (AEC) อย่างไรก็ตามสินค้าบางชนิด ก็เป็นสินค้าที่บางประเทศยังมีการกีดกันอยู่ ซึ่งมีวิธีเดียวที่จะหลีกเลี่ยงปัญหาในลักษณะของการกีดกันดังกล่าวคือ ย้ายฐานการผลิตหรือเข้าไปลงทุนผลิตสินค้าในประเทศเหล่านั้นเลย

3.) **ถาม :** ประเทศอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศที่มีเกาะอยู่มากมาย ในฐานะที่เราดำเนินธุรกิจในฐานะเป็นผู้ส่งออกเราควรจัดการในเรื่อง Distributor เช่นไร ?

ตอบ: เนื่องจากประเทศอินโดนีเซียมีเกาะอยู่มาก ดังนั้นผู้แทนจำหน่ายสินค้าซึ่งเป็นชาวอินโดนีเซียจึงไม่มีความคุ้นเคยกับทุกสถานที่ตามเกาะต่างๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออกไทย ควรหา Distributor ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะเป็นผู้ที่มีความคุ้นเคยในเฉพาะพื้นที่นั้นๆ รวมทั้งเป็นผู้ที่รู้จักเกณฑ์และข้อกำหนดเงื่อนไข ตลอดจนวัฒนธรรม ธรรมเนียมประเพณีของแต่ละพื้นที่เป็นอย่างดี อันจะเป็นผลดีต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเอง

อีกตัวอย่างหนึ่ง มีผู้ประกอบการไทยบางรายซึ่งมีกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ในการเจาะตลาดเฉพาะตัวอีกด้วย อาทิ เครื่องดื่มชูกำลัง M-150 มีแคมเปญในการให้รางวัลกับบุคคลในท้องถิ่นที่ได้รับเลือกจากคนในท้องถิ่นว่าเป็นผู้ที่มีคุณธรรม หรือว่าความกตัญญู แคมเปญดังกล่าว นอกจากจะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของบริษัทอีกด้วย ซึ่งจะทำให้เป็นผลดีในการกระจายสินค้าของบริษัทในโอกาสต่อไป

4.) ถาม : ประเทศอินโดนีเซีย มีการประกาศให้สินค้าต้องได้รับการรับรองเครื่องหมาย SMI (คล้ายกับเครื่องหมาย สมอ.) ซึ่งทางอินโดนีเซีย ไม่ได้แจ้งมาก่อนล่วงหน้าว่าจะกำหนดให้สินค้าต้องได้รับการรับรองเครื่องหมายดังกล่าว ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าได้รับความเดือดร้อนจากมาตรการดังกล่าว อยากทราบถึงเจตนาของประเทศอินโดนีเซีย ว่าเป็นเช่นไร?

ตอบ : ประเทศอินโดนีเซีย พยายามปกป้องและคุ้มครองผู้ประกอบการผลิตสินค้าภายในประเทศ จากประเทศผู้ส่งออกเข้ามา ดังนั้นจึงได้พยายามหามาตรการต่างๆ เพื่อปกป้องผลประโยชน์ให้กับผู้ผลิตภายในประเทศ กรณีที่มีการกำหนดให้ต้องได้รับมาตรฐาน SMI เปรียบเสมือนเป็นการกีดกันการค้าประเภทหนึ่ง ซึ่งทางการอินโดฯ ไม่ได้แจ้งให้ผู้ส่งสินค้าเข้าทราบมาก่อนล่วงหน้า ทำให้สินค้าจำนวนมากที่ผลิตสำเร็จแล้วอาจไม่ผ่านมาตรฐาน SMI และไม่สามารถนำไปขายยังประเทศอินโดนีเซีย ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวได้รับผลกระทบ ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้ไม่สามารถแก้ไขในช่วงระยะเวลาอันสั้น แต่เป็นประเด็นที่เป็นปัญหาระดับประเทศซึ่งต้องได้รับการแก้ไขในระดับประเทศต่อไป

นอกจากนี้ สามารถอธิบายได้ว่า การที่กลุ่มอาเซียนได้รวมตัวกันเป็น AEC ซึ่งมีข้อตกลงในการที่จะทำให้ภาษีลดลงให้เหลือเพียง 0% ซึ่งทำให้ประเทศผู้นำเข้าไม่มีอาวุธในการที่จะคุ้มกันให้กับผู้ผลิตภายในประเทศ เลยหันมาใช้ Non Tariff Barrier กันแทน

5.) ถาม: บริษัทของไทยโดยเฉพาะบริษัทที่ประกอบการด้าน อาหาร เป็นต้น ที่ส่งออกสินค้าเข้าไปในประเทศอินโดนีเซียมักประสบปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานของสินค้า รวมถึงมาตรฐานของสินค้า Halal อีกด้วย อยากทราบว่าปัญหาดังกล่าวมีที่มาอย่างไร?

ตอบ : ปัญหานี้เป็นปัญหาเช่นเดียวกับการใช้ มาตรการ Non Tariff Barrier แต่ปัญหาลักษณะดังกล่าวมีความลึกซึ้งมากกว่า ซึ่งการแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะต้องมีการประสานงานในระดับประเทศ และกำหนดข้อปฏิบัติอย่างชัดเจนเพื่อให้เป็นข้อปฏิบัติอันเป็นที่ยอมรับของประเทศต่างๆ กล่าวคือ ตัวอย่างของอาหารฮาลาลที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลจากประเทศไทย แต่ไม่สามารถนำไปขายยังประเทศมุสลิมในกลุ่ม

อาเซียน เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ได้ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศดังกล่าวอ้างว่า สินค้าฮาลาลของประเทศไทย เป็นสินค้าที่ยังไม่ได้มาตรฐานตามมาตรฐานของประเทศตนเอง เป็นต้น

6.) ถาม: การส่งออกสินค้าประเภทชิ้นส่วนรถยนต์ต้องมีหลักปฏิบัติเช่นไรหากส่งออกไปยังประเทศอินโดนีเซีย?

ตอบ: ข้อกำหนดของสินค้าประเภทชิ้นส่วนรถยนต์ มีดังนี้

- ตัวหนังสือที่ฉลากหรือกล่องสินค้าผลิตภัณฑ์ ต้องเป็นภาษาภาษาอินโดนีเซีย เท่านั้น (ห้ามใช้เฉพาะภาษาอังกฤษเพียงอย่างเดียว)

- ตัวแทนผู้จำหน่าย ต้องมีใบอนุญาต APIU (ใบอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าทั่วไป)

นอกจากนี้แล้ว ข้อสังเกตประการหนึ่งซึ่งน่าจะเป็นข้อดีต่อสินค้าไทยคือ ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียมีความนิยมสินค้าประเภทนี้จากประเทศไทยมากทั้งนี้เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีเหมือนสินค้าจากญี่ปุ่น รวมถึงมีความสวยงาม มีรูปแบบทันสมัย แม้ว่าจะมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ผลิตจากประเทศจีนก็ตาม

7.) ถาม: ควรทำการค้าหรือติดต่อธุรกิจกับประเทศอินโดนีเซีย ช่วงไหนจึงจะเหมาะสมที่สุด?

ตอบ : ควรเว้นช่วงที่มีการถือศีลอด คือในช่วงเดือนรอมฎอน (Ramadan) เนื่องจากว่า ชาวอิสลามไม่ต้องการถูกรบกวนการถือศีลในช่วงดังกล่าว

นอกจากนี้สำหรับผู้ลงทุนซึ่งไปลงทุนในประเทศอินโดนีเซีย ต้องคำนึงถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงานท้องถิ่นด้วย เนื่องจากกฎหมายแรงงานของประเทศนี้ให้ความคุ้มครองแรงงานอย่างมาก ตัวอย่างเช่น กฎหมายกำหนดว่า จะต้องมีกรจ่ายเงินโบนัส 1 เดือนในช่วงหลังจากการถือศีล หรือหลังวันฮารีรายอ (วันตรุษอิดุลฟิตรี) ให้กับแรงงานอีกด้วย เนื่องจากช่วงหลังจากวันดังกล่าวจะมีการฉลองการเสร็จสิ้นการถือศีลอด เป็นเวลา 2 วัน 2 คืน นอกจากตัวอย่างดังกล่าวแล้วยังมีสวัสดิการอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการควรต้องรับทราบตามบทกฎหมายแรงงานอีกด้วยเช่นกัน