

## บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์

### 1. กิจกรรมสาขาบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ (Postal and Courier Services)

การค้าบริการในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการเจริญเติบโตค่อนข้างมาก ทั้งในแง่มูลค่าตลาด จำนวนผู้ประกอบการ และประเภทของธุรกิจ โดยในแต่ละสาขาบริการได้มีการแตกกิจกรรมย่อยออกไปอย่างหลากหลาย ภายใต้ GATS Services Sectoral Classification List (MTN.GNS/W/120) ได้จำแนกประเภทบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เป็นกิจกรรมย่อย (subsectors) ของบริการสื่อสาร ทั้งนี้ ในการเจรจาเพื่อเปิดตลาดการค้าบริการ องค์การการค้าโลก (WTO) ได้กำหนดจำแนกสาขาบริการออกเป็น 12 สาขา ซึ่งในแต่ละสาขายังจำแนกออกเป็นสาขาย่อยหรือกิจกรรมต่างๆ โดยสอดคล้องกับที่ United Nation (U.N.) กำหนดตาม Provisional Central Product Classification (CPC)<sup>1</sup> ในส่วนของบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์นั้น ได้จำแนกกิจกรรมย่อยไว้ ดังต่อไปนี้

ประเภทบริการ	กิจกรรมย่อย
<b>Postal Services (CPC 7511)</b>  <b>บริการไปรษณีย์</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CPC 75111 Postal service related to letters ประกอบด้วย การเก็บ (pick-up) การขนส่ง (transport) การส่งมอบ (deliver) จดหมาย หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ ใบปลิว และ เอกสารพิมพ์อื่นๆ ที่คล้ายคลึงกัน ไม่ว่าจะมีความหมายปลายทางในประเทศ หรือต่างประเทศ</li> <li>- CPC 75112 Postal services related to parcels ประกอบด้วย การเก็บ (pick-up) การขนส่ง (transport) การส่งมอบ (deliver) หีบห่อ พัสดุภัณฑ์ ไม่ว่าจะมีความหมายปลายทางในประเทศ หรือต่างประเทศ</li> <li>- CPC 75113 Post office counter services บริการที่เคาน์เตอร์ที่ทำการไปรษณีย์</li> <li>- CPC 75119 other postal services บริการไปรษณีย์อื่นๆ</li> </ul>
<b>Courier Services (CPC 7512)</b>  <b>บริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CPC 75121 Multi-modal courier services ประกอบด้วย การเก็บ (pick-up) การขนส่ง (transport) การส่งมอบ (deliver) จดหมาย พัสดุภัณฑ์ และหีบห่อ ให้บริการโดยบริษัทคูเรียร์ และอาจใช้การขนส่งมากกว่าหนึ่งรูปแบบ ไม่ว่าจะมีความหมายปลายทางในประเทศ หรือต่างประเทศ นอกเหนือจากการให้บริการโดยองค์กรไปรษณีย์ของรัฐ (National Postal Administration) ซึ่งการให้บริการดังกล่าว อาจขนส่งโดยใช้ยานพาหนะของตัวเองหรือใช้การขนส่งสาธารณะก็ได้ (ไม่รวมการขนส่งทางอากาศ)</li> <li>- CPC 75129 Other courier services บริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์อื่นๆ สำหรับสินค้า เช่น ขนส่งโดยรถบรรทุก หรือบริการโอนสินค้าโดยไม่มีโกดัง</li> </ul>

การจำแนกประเภทของบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ดังกล่าว เป็นการแบ่งประเภทตามธรรมเนียมปฏิบัติที่มีมานานตามสถานะของความเป็นเจ้าของ (ownership) โดยบริการใดที่ให้โดยกิจการไปรษณีย์แห่งชาติจะเรียกว่าเป็น “Post” หรือบริการไปรษณีย์ และบริการใดที่ดำเนินการโดยบริษัทเอกชนจะเรียกว่าเป็น “Courier” หรือบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์<sup>2</sup> ทั้งๆ ที่ผู้ให้บริการทั้งสองประเภทอาจให้บริการหลายประเภทที่เหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกันมากเพียงพอที่จะสามารถทดแทนกันได้

<sup>1</sup> ปัจจุบันยังอยู่ระหว่างการปรับปรุงรายการให้ครอบคลุมสาขา/กิจกรรมย่อยให้มากขึ้น

<sup>2</sup> Scott Sinclair. (2002). “The GATS Implications for Postal Services” 9 April, 2002

ทั้งนี้ บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ เป็นบริการที่มีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการส่งของ/สินค้าทางกายภาพ ซึ่งจัดอยู่ในสาขาบริการขนส่ง (Section 7 Transport, Storage, and Communications Services) ที่ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานระบบขนส่งและโลจิสติกส์ ได้แก่ สาขาบริการการขนส่งสินค้าทางอากาศ (CPC 732) บริการขนส่งสินค้าทางถนน (CPC 7123) บริการสนับสนุนสำหรับการขนส่งทางถนน (CPC 744) บริการบริหารจัดการสินค้า (CPC 741) บริการโกดังและคลังสินค้า (CPC 742) และบริการตัวแทนขนส่งสินค้า (CPC 749)

### การเปิดตลาดบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ในกรอบ WTO

#### พันธกรณี

ประเทศสมาชิก WTO จำนวน 54 ประเทศ (สหภาพยุโรปนับเป็น 1 ประเทศ) ได้ผูกพันการเปิดตลาดบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์และ/หรือบริการไปรษณีย์ ทั้งนี้ การจำแนกสาขาบริการที่มีอยู่ในปัจจุบันมีจุดบกพร่อง คือ ประเทศสมาชิก WTO ส่วนใหญ่นิยามกำหนดคำนิยามของบริการดังกล่าวเองในตารางข้อผูกพัน บนพื้นฐานของน้ำหนัก ขนาด หรือความเร็วในการจัดส่ง ทำให้ตารางข้อผูกพันของหลายประเทศมีการระบุพันธกรณีของบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์คล้ายคลึงกับบริการขนส่งทางบก โดยไม่รวมการขนส่งทางอากาศ อุปสรรคทางการค้าที่สำคัญของบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ คือ การผูกขาดตลาดของผู้ให้บริการ แม้ว่าภาครัฐของแต่ละประเทศจะอนุญาตให้ภาคเอกชนเข้ามาแข่งขันได้ แต่เมื่อพิจารณาถึงลักษณะและขอบเขตของการให้บริการไปรษณีย์ จะพบว่าในทุกประเทศมีการผูกขาดการให้บริการนี้

#### บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ (รวมทั้งจัดส่งด่วน) ในการเจรจา Doha Development Agenda (DDA)

แม้ว่าประเทศสมาชิก WTO ส่วนใหญ่เปิดให้มีการแข่งขันในบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ แต่อุปสรรคที่มักพบมาจากกฎระเบียบในสาขาบริการนั้นๆ มากกว่าอุปสรรคด้านการเข้าสู่ตลาด โดยกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคดังกล่าวถูกนำไปเป็นประเด็นในการเจรจาระหว่างประเทศสมาชิก WTO เช่น การออกใบอนุญาตและการกำหนดกฎระเบียบที่มีผลทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม (เช่น หน่วยงานที่ให้บริการไปรษณีย์ มักจะเป็นผู้ออกใบอนุญาตและกำกับดูแลกฎระเบียบเอง หรือแม้แต่เก็บภาษีภาคเอกชนที่เป็นคู่แข่ง) การปกป้องการแข่งขัน (ด้วยความจำเป็นที่จะต้องป้องกันพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขัน) และมาตรการที่เข้มงวดต่างๆ ของภาครัฐที่ต้องการให้การปฏิบัติเป็นพิเศษต่อคนในชาติและผู้ประกอบธุรกิจในประเทศ (เช่น การควบคุมราคาและการเรียกเก็บเงินเพิ่มเติมกับต่างชาติ และการปฏิบัติทางศุลกากร เป็นต้น)

บริการไปรษณีย์และ/หรือบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เป็นประเด็นการเจรจาหนึ่งที่ทั้งประเทศพัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนายื่นขอให้มีการเจรจา ในภาพรวมข้อเสนอจะมุ่งเน้นที่การจำแนกกิจกรรมย่อยและการลด/ยกเลิกอุปสรรคต่างๆ ด้านกฎระเบียบ นอกจากนี้ บางประเทศได้เรียกร้องให้ประเทศสมาชิก WTO มีการผูกพันพันธกรณีการลดอุปสรรคด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขัน การอุดหนุนไขว้เงื่อนไขการให้บริการอย่างครอบคลุมตามหลักสากล (universal service) และความจำเป็นของการมีหน่วยงานกำกับดูแลและหน่วยงานออกใบอนุญาตที่เป็นอิสระจากกัน โดยในส่วนของ การให้บริการอย่างครอบคลุมตามหลักสากลจะเกี่ยวข้องกับสิทธิของประเทศสมาชิก WTO ที่จะกำหนดประเภทของการให้บริการที่ผู้ให้บริการต้องการ โดยอยู่บนพื้นฐานของความโปร่งใส การไม่เลือกปฏิบัติ และการแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม อย่างไรก็ตาม ข้อเรียกร้องของประเทศต่างๆ ยังมีการคงไว้ซึ่งอำนาจของภาครัฐในการเข้าแทรกแซงการให้บริการของภาคเอกชนได้ หากมีความจำเป็น เพื่อให้การให้บริการไปรษณีย์เป็นไปตามมาตรฐานสากล

## 2. ลักษณะธุรกิจ/การให้บริการ

บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งและการจัดส่งจดหมาย พัสดุ ที่บ่อ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้ง กิจกรรมด้าน counter services และให้เข้าผู้จัดหมาย โดยการจำแนกกิจกรรมของบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ในกรอบองค์การการค้าโลกจะแบ่งตามลักษณะของผู้ให้บริการมากกว่าที่จะแบ่งตามลักษณะของบริการนั้นๆ โดยนิยามของการจัดส่งไปรษณีย์เป็นบริการที่จัดให้โดยหน่วยงานไปรษณีย์ของภาครัฐ และนิยามให้การจัดส่งพัสดุภัณฑ์เป็นบริการที่จัดให้โดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่หน่วยงานไปรษณีย์ของรัฐ ซึ่งการนิยามลักษณะบริการดังกล่าวใช้เฉพาะกับบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เท่านั้น

บริการไปรษณีย์ (Postal services) และบริการรับส่งพัสดุภัณฑ์ (Courier services) เป็น 1 ใน 5 ของบริการโลจิสติกส์ไทย และอยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยรูปแบบของการให้บริการไปรษณีย์มีวิวัฒนาการตามการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการค้าที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้มากขึ้น ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การให้บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยและ Smart Phone ซึ่งมีผลให้มีการเพิ่มขึ้นของการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) อย่างต่อเนื่องในช่วงปีที่ผ่านมา

## 3. ภาพรวมธุรกิจบริการไปรษณีย์โลก

รายได้จากการให้บริการไปรษณีย์ทั่วโลกในปี 2559<sup>3</sup> คิดเป็นมูลค่า 425.3 พันล้านยูโร หรือ 522.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 2 โดยเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเภท รายได้จากการส่งจดหมายเติบโตเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.9 และมีปริมาณจดหมายลดลงร้อยละ 4.2 ในขณะที่รายได้จากการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 และมีปริมาณพัสดุเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.8 เมื่อเทียบกับปี 2558 ตามแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 : Global Postal Industry ปี 2559

<b>€425.3BN</b> POSTAL INDUSTRY REVENUE	<b>2.0%</b> REVENUE GROWTH	<b>3.0%</b> OPERATING PROFITABILITY
<b>38.0%</b> MAIL SHARE OF INDUSTRY REVENUE	<b>0.9%</b> MAIL REVENUE GROWTH	<b>-4.2%</b> CHANGE IN MAIL VOLUME
<b>6.5%</b> PARCELS REVENUE GROWTH	<b>7.8%</b> GROWTH IN PARCELS VOLUME	<b>4.7%</b> CAPEX TO REVENUE RATIO

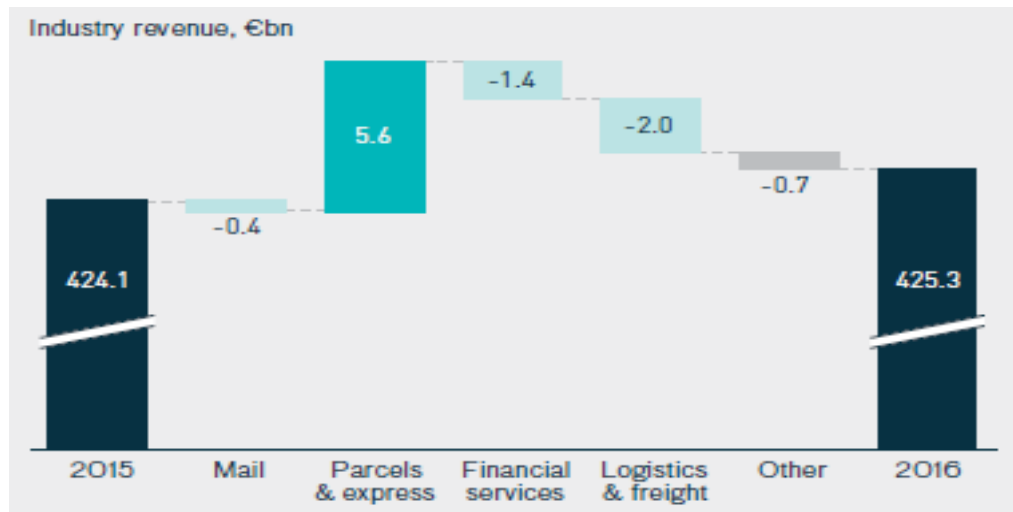
ที่มา: Global Postal Industry Report, December 2017

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการจัดส่งพัสดุภัณฑ์และการจัดส่งด่วนเป็นบริการที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับบริการไปรษณีย์ในปี 2559 โดยรายได้จากการจัดส่งพัสดุภัณฑ์และการจัดส่งด่วนเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 ในขณะที่รายได้จากบริการจัดส่งจดหมายลดลงร้อยละ 0.4 บริการทางการเงินลดลงร้อยละ 1.4 บริการโลจิสติกส์และขนส่งลดลงร้อยละ 2 และบริการอื่นๆ ลดลงร้อยละ 0.7

<sup>3</sup> Global Postal Industry Report, December 2017,

[https://www.ipc.be/en/reports-library/publications/ipcreports\\_brochures/gpir2017-key-findings](https://www.ipc.be/en/reports-library/publications/ipcreports_brochures/gpir2017-key-findings)

## แผนภาพที่ 2 : รายได้ของบริการไปรษณีย์ ปี 2559



ที่มา: Global Postal Industry Report, December 2016

ปัจจุบัน ผู้ให้บริการไปรษณีย์ในประเทศต่างๆ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ โดยเพิ่มการให้บริการที่หลากหลายเพื่อแข่งขันกับบริษัทต่างชาติ โดยในบางประเทศ ผู้ให้บริการไปรษณีย์ขยายการให้บริการจัดส่งด่วนผ่านการซื้อธุรกิจของบริษัทเอกชน และจัดตั้งในรูปของบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วมทุน

### ภาวะและแนวโน้มธุรกิจไปรษณีย์ของโลก<sup>4</sup>

#### รายได้ของบริการไปรษณีย์

ปัจจุบันรายได้ของบริการไปรษณีย์ ได้จากการให้บริการที่หลากหลายมากขึ้นในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา โดยการเติบโตของรายได้เฉลี่ยเกือบร้อยละ 2 ต่อปี ซึ่งร้อยละดังกล่าวนี้ต่ำกว่าการเติบโตของ GDP โลกอย่างมาก หากเปรียบเทียบในช่วงเวลาเดียวกัน โดย GDP โลกมีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.4 ต่อปี อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของบริการไปรษณีย์ของโลกสามารถจัดแบ่งรายได้ตามรูปแบบการให้บริการออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) การเร่งสร้างความหลากหลายของการให้บริการที่นอกเหนือจากการให้บริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์และบริการโลจิสติกส์ ซึ่งเหมาะสมกับภูมิภาคแอฟริกา ตะวันออกกลาง และแปซิฟิก (2) การสร้างความหลากหลายของการให้บริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์และบริการโลจิสติกส์ในขณะที่ยังคงให้บริการส่งจดหมายเป็นบริการหลัก ซึ่งเหมาะสมกับประเทศที่พัฒนาแล้วหรือประเทศอุตสาหกรรมหนัก และภูมิภาคละตินอเมริกา และ (3) การสร้างความมั่นใจต่อการให้บริการส่งจดหมายทางไปรษณีย์ ซึ่งเหมาะสมกับภูมิภาคยุโรปตะวันออกและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราชของอดีตสหภาพโซเวียต

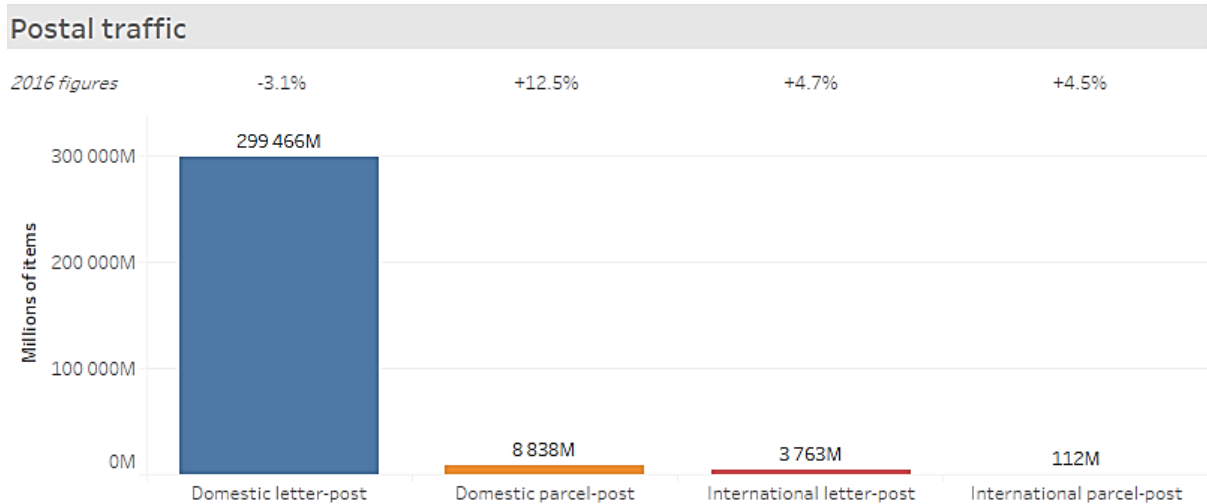
#### การให้บริการจัดส่ง (Postal traffic)

การจัดส่งในปัจจุบันมีการขยายพื้นที่ให้บริการจากในอดีต อย่างไรก็ตาม พื้นที่การให้บริการที่เพิ่มขึ้นไม่ได้หมายถึงรายได้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นและมีผลต่อผลกำไรที่ลดลงในส่วนของบริการเพิ่มเติมหรือบริการใหม่ของผู้ให้บริการไปรษณีย์ นอกจากนี้ ปริมาณการส่งจดหมายภายในประเทศของประเทศต่างๆ ที่ลดลงมีผลให้ภาพรวมของปริมาณจดหมายของโลกลดลงเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 3.4 ในปี 2559 ในขณะที่การจัดส่งพัสดุภัณฑ์ภายในประเทศของประเทศต่างๆ มีการเติบโตสูงขึ้นและมีผลให้การจัดส่งพัสดุภัณฑ์ของโลกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 1.5 ของปริมาณพัสดุภัณฑ์ของโลก การจัดส่งจดหมายและพัสดุภัณฑ์ระหว่าง

<sup>4</sup> <http://www.upu.int/en/resources/postal-statistics/latest-results.html>

ประเทศมีปริมาณเพิ่มขึ้น โดยการจัดส่งจดหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 ในปี 2560 และการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 ในปี 2560 ซึ่งลดลงจากอัตราเฉลี่ยร้อยละ 8 ระหว่างปี 2554-2558

### แผนภาพที่ 3 : การให้บริการจัดส่ง



### โครงสร้างของบริการไปรษณีย์

การให้บริการที่หลากหลายมากขึ้นของไปรษณีย์มีผลให้ไปรษณีย์ต้องมีการปรับโครงสร้างการให้บริการ โดยยังคงเป็นผู้ถือครองหรือเป็นเจ้าของเครือข่าย (network) โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง และที่ทำการไปรษณีย์แบบถาวรที่มีการจัดตั้งขึ้นประมาณ 677,347 ในปี 2559 ในจำนวนนี้ กว่าครึ่งหนึ่งอยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ทั้งนี้ การ outsourcing การให้บริการไปรษณีย์มีแนวโน้มสูงขึ้นในประเทศพัฒนาแล้วและประเทศอุตสาหกรรมหนัก โดยในส่วนของบริการจัดส่งมีความแตกต่างกันค่อนข้างมากในแต่ละภูมิภาค อาทิ ประชากรกว่าร้อยละ 95 ของบางพื้นที่ต้องการรับไปรษณีย์ภัณฑ์ที่บ้าน ในขณะที่บางพื้นที่ประชากรเกือบร้อยละ 65 ต้องการรับไปรษณีย์ภัณฑ์ที่บ้าน นอกจากนี้ ประชากรกว่าร้อยละ 10 ในบางพื้นที่ยังไม่สามารถเข้าถึงบริการไปรษณีย์

### แผนภาพที่ 4 : โครงสร้างของบริการไปรษณีย์

**Postal infrastructure**

Internal offices	Outsourced offices	Access to postal services	Postal staff
438'182 post offices 2015-2016: 1.6%	239'163 post offices 2015-2016: -2.6%	80.4% of population receiving mail at home	5.32 million employees 2015-2016: -0.4%

เครือข่าย (network) การให้บริการไปรษณีย์มีการจ้างงานประมาณ 5.3 ล้านคน ในปี 2560 ซึ่งมีจำนวนลดลงเล็กน้อยจากปี 2559 ทั้งนี้ จำนวนการจ้างงานที่ลดลงดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องจากวิกฤตการเงินเมื่อปี 2551 ที่ผู้ให้บริการไปรษณีย์ยังไม่สามารถฟื้นตัวได้เต็มที่จากวิกฤตดังกล่าว โดยมีการจ้างงานแบบชั่วคราวคิดเป็นร้อยละ 20.5 ในปี 2559 และมีเพียงประเทศอุตสาหกรรม ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ยุโรปตะวันออกและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราชของอดีตสหภาพโซเวียตที่มีจำนวนการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 94 ของพนักงานทั้งหมด

### การพัฒนาบริการไปรษณีย์

การพัฒนาบริการไปรษณีย์ของประเทศต่างๆ ทั่วโลกยังมีช่องว่างค่อนข้างมาก มีเพียงไม่กี่ประเทศเท่านั้นที่มีการบริหารจัดการการให้บริการไปรษณีย์ให้มีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ อุปสรรคสำคัญของการพัฒนาบริการไปรษณีย์คือการขาดการลงทุนอย่างเป็นระบบด้านโครงสร้างพื้นฐานของไปรษณีย์ ดังนั้น การพัฒนาบริการไปรษณีย์จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนทางนโยบายด้านการลงทุน และการปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน เพื่อให้ไปรษณีย์สามารถดำเนินการให้บริการที่หลากหลายมากขึ้นและสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปริมาณการใช้จดหมายที่ลดลง เป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับส่งข้อมูลข่าวสารทั้งการสื่อสารในเชิงธุรกิจ และการสื่อสารส่วนบุคคล อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้เกิดโอกาสกับบริการอื่น อาทิ บริการจัดส่งพัสดุไปรษณีย์ (Parcels) ทั่วโลก อันเป็นผลมาจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่สะดวกและรวดเร็ว และการเติบโตอย่างต่อเนื่องของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากการคาดการณ์ของ International Telecommunication Union (ITU) ประชากรโลกจะสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้คิดเป็นร้อยละ 48 ในปี 2560 โดยประชากรทั่วโลกในช่วงอายุ 15-24 ปี ทั่วโลกมีสัดส่วนของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงถึงร้อยละ 70.6 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 94.3 ในประเทศที่พัฒนาแล้ว นอกจากนี้ การค้าปลีกทั่วโลกทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คิดเป็นมูลค่า 2.29 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2560 และจะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะการค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีมูลค่าถึง 4.48 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2564<sup>5</sup>

สำหรับแนวโน้มของธุรกิจไปรษณีย์ของโลก คาดว่าจะมีการปรับตัวที่สอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อรองรับโอกาสในการให้บริการจัดส่งสินค้าให้กับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยจะมีการพัฒนาความร่วมมือระหว่างบริการไปรษณีย์ เพื่อขยายเครือข่ายและเพิ่มศักยภาพด้านระบบขนส่งและการจัดการของระบบบริการไปรษณีย์ให้มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล และรองรับสภาพการแข่งขันของธุรกิจการขนส่งที่จะรุนแรงมากขึ้น<sup>6</sup>

### 4. ภาพรวมธุรกิจบริการไปรษณีย์ในไทย

ในช่วงที่ผ่านมา การให้บริการไปรษณีย์อยู่ภายใต้การดำเนินงานของการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ที่มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ต่อมารัฐบาลมีนโยบายในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เทียบเท่ากับภาคเอกชน โดย กสท. เป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจที่ต้องดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว และเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2546 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้มีการแปรรูป กสท. ตามแผนแม่บทพัฒนากิจการโทรคมนาคม และพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 โดยแยกกิจการออกเป็น 2 บริษัท คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด

ปัจจุบันบริการไปรษณีย์ยังถูกผูกขาดโดยภาครัฐ ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติไปรษณีย์ ขณะที่ธุรกิจจัดส่งพัสดุภัณฑ์ได้เปิดให้ต่างชาติเข้ามาประกอบกิจการในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วตามกลไกตลาด อย่างไรก็ตาม การเข้าร่วมลงทุนของต่างชาติในกิจการให้บริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ยังคงถูกจำกัดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติให้ไม่เกินกึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นทั้งหมดในบริษัท ขณะที่บริษัทต่างชาติที่เป็นบริษัทแม่ต้องการที่จะเข้ามาประกอบกิจการในประเทศไทยโดยถือหุ้นมากกว่ากึ่งหนึ่งหรือถือหุ้นทั้งหมด เพื่อการบริหารควบคุมและความเป็นเจ้าของ รวมทั้งต้องการที่จะประกอบกิจการในกิจกรรมที่กว้างขวาง โดยครอบคลุมถึงกิจการจัดส่งสิ่งของทั้งหมด รวมถึงไปรษณีย์ หรืออย่างน้อยก็ให้สามารถดำเนินกิจการจัดส่งของ/พัสดุที่มีน้ำหนักน้อยมากจนถึงน้ำหนักที่ไม่จำกัด ขณะที่พระราชบัญญัติไปรษณีย์ยังไม่อนุญาตให้บริการดำเนินการในลักษณะดังกล่าวได้

<sup>5</sup> <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

<sup>6</sup> รายงานประจำปี 2559 [http://www.thailandpost.com/index.php?page=article\\_detail&topic\\_id=6811&group\\_id=89&addon=aboutus](http://www.thailandpost.com/index.php?page=article_detail&topic_id=6811&group_id=89&addon=aboutus)

ลักษณะทางธุรกิจของไปรษณีย์ไทยเป็นธุรกิจสาธารณูปโภคที่มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกระทรวงการคลัง โดยมีการดำเนินธุรกิจใน 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ 2) กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ 3) กลุ่มบริการระหว่างประเทศ และ 4) กลุ่มธุรกิจค้าปลีก และการเงิน นอกจากนี้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีการให้บริการอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน เช่น บริการ Messenger Post บริการ application Prompt Post พร้อมบริการกล่องพร้อมส่ง บริการ Drive Thru Post ตู้จำหน่ายไปรษณีย์อัตโนมัติ บริการจัดส่งสิ่งของส่งด่วนพื้นที่กรุงเทพฯ (Same day post) บริการขนส่งสินค้าและสิ่งของขนาดใหญ่ (Logispost) และการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า เป็นต้น

ปัจจุบันบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความร่วมมือกับบริษัท ลาซาด้า จำกัด เพื่อให้บริการแก่ลาซาด้าในรูปแบบของการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ผู้รับหรือ Door to Door รวมทั้งการจัดส่งสินค้าพร้อมเรียกเก็บเงิน ณ ที่อยู่ โดยเริ่มให้บริการอย่างเป็นทางการตั้งแต่เดือนธันวาคม 2557 นอกจากนี้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ขายสินค้า (Merchant) กับบริษัท ลาซาด้า จำกัด ที่สามารถฝากส่งสินค้า ณ ที่ทำการไปรษณีย์ (Drop off) โดยไม่ต้องสต็อกสินค้าไว้ที่คลังสินค้าของลาซาด้า และมีการพัฒนาการให้บริการจัดรถไปรับฝากสินค้า ณ ศูนย์คัดแยกสินค้าแห่งใหม่ (Sorting Center) ของลาซาด้า เพื่อรองรับปริมาณงานสินค้า Marketplace นอกจากนี้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดให้มีบริการรับ - ส่งสินค้าที่ไม่พึงพอใจคืน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ (Return) ให้กับลูกค้าของลาซาด้า หากลูกค้าได้รับสินค้าแล้วไม่พึงพอใจ สามารถส่งคืนสินค้าดังกล่าวให้แก่บริษัทผ่านที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ และการให้บริการจัดส่งสินค้าต้นทางจากต่างประเทศ (Cross border) นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์และสินค้าในประเทศ ซึ่งจะดำเนินการผ่านพรมแดนขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท โดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะเป็นผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าปลายทางต่างๆ ภายในประเทศต่อไป<sup>7</sup>

#### ภาวะและแนวโน้มธุรกิจไปรษณีย์ของไทย<sup>8</sup>

จากผลการดำเนินงานในปี 2559 ของไปรษณีย์ไทย พบว่า บริการกลุ่มการจัดส่งเอกสาร เช่น บริการจดหมาย ไปรษณีย์บัตร และของตีพิมพ์ ยังคงมีปริมาณเพิ่มขึ้น หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 1 การเพิ่มขึ้นของตัวเลขดังกล่าวสะท้อนภาพการชะลอตัวลงอย่างมากของการให้บริการในกลุ่มดังกล่าว ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่าในระยะ 3 ปีข้างหน้า ปริมาณการใช้บริการจดหมายในประเทศจะเริ่มเข้าสู่ภาวะถดถอยอย่างชัดเจน จากผลของการดำเนินงานตามนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น นโยบายการพัฒนาระบบ Prompt Pay และนโยบายสนับสนุนชุมชนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ในส่วนของการจัดส่งสิ่งของ เช่น บริการพัสดุไปรษณีย์ และบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2559 ปริมาณการใช้บริการดังกล่าวมีอัตราการเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 16.8 ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย จากรายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยปี 2559 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ได้คาดการณ์ว่า การทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยในปี 2559 มีมูลค่าถึง 2,554 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ประมาณร้อยละ 12.42 โดยการทำธุรกรรมรูปแบบ B2C มีมูลค่ารวมประมาณ 729 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ประมาณร้อยละ 43 และคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โลก ส่งผลให้ในช่วงที่ผ่านมาผู้ใช้บริการจัดส่งสิ่งของรายใหม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ให้บริการต่างชาติที่มีประสบการณ์การทำธุรกิจลักษณะเดียวกัน ทำให้ธุรกิจจัดส่งสิ่งของมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งด้านอัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ

จากสถานการณ์ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แนวโน้มธุรกิจไปรษณีย์ของไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจไปรษณีย์โลกอย่างชัดเจนมากขึ้นตามระดับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

<sup>7</sup> ‘ปณท’ สปีคจับลูกค้าอี-คอมเมิร์ซ ผันใจ ‘ลาซาด้า’ ต่อยอดไทยฮับโลจิสติกส์ อาเซียน <http://www.thansettakij.com/content/12425>

<sup>8</sup> รายงานประจำปี 2559 [http://www.thailandpost.com/index.php?page=article\\_detail&topic\\_id=6811&group\\_id=89&addon=aboutus](http://www.thailandpost.com/index.php?page=article_detail&topic_id=6811&group_id=89&addon=aboutus)

ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยบริการไปรษณีย์ดั้งเดิมในกลุ่มการจัดส่งเอกสารเริ่มมีการชะลอตัวลงอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้ภาพรวมของธุรกิจหลัก เริ่มมีการพึ่งพาฐานการให้บริการจากกลุ่มการจัดส่งสิ่งของมากขึ้น ตามการขยายตัวของความต้องการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ทิศทางการดำเนินงานในอนาคตของผู้ให้บริการไปรษณีย์จึงจำเป็นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาบริการขนส่งและโลจิสติกส์ ทั้งภายในและภายนอกประเทศเป็นสำคัญ อีกทั้งจำเป็นต้องวางแนวทางเพื่อรองรับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการลดลงของปริมาณกลุ่มงานจัดส่งเอกสาร

## 5. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ผลจากการมีผลใช้บังคับของพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 ทำให้มีการตราพระราชกฤษฎีกาเพื่อกำหนดเงื่อนไขในการยกเลิกกฎหมายว่าด้วยการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2546 และตราพระราชกฤษฎีกากำหนดอำนาจ สิทธิ และประโยชน์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พ.ศ. 2546 โดยตามความในมาตรา 5 “กำหนดให้มีคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ ประกอบด้วย ปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นประธานกรรมการ ปลัดกระทรวงการคลัง เลขานุการคณะกรรมการกฤษฎีกา และบุคคลซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้มีผลงานหรือเคยปฏิบัติงานที่แสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจ และมีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ในกิจการหรือสาขาวิชาชีพอันจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการไปรษณีย์อีกหนึ่งคนเป็นกรรมการ และให้ผู้แทนกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นกรรมการและเลขานุการ”

โดยให้คณะกรรมการกิจการไปรษณีย์มีอำนาจตามความในมาตรา 6 ระบุว่า “ให้อำนาจในการอนุญาต การวินิจฉัย การออกข้อบังคับต่างๆ ของคณะกรรมการการสื่อสารแห่งประเทศไทย อำนาจในการจัดทำไปรษณียนิเทศ การทำความตกลงกับต่างประเทศในกิจการไปรษณีย์ และการออกคำสั่งใดๆ ของผู้ว่าการการสื่อสารแห่งประเทศไทย ที่มีลักษณะเป็นคำสั่งทางปกครอง ซึ่งอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติไปรษณีย์ พุทธศักราช 2477 เป็นอำนาจของคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์

กฎหมายที่ใช้กำกับดูแลบริการไปรษณีย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเปิดเสรีการค้าบริการและการลงทุน มีดังต่อไปนี้

เรื่อง	กฎหมาย
การกำกับดูแล	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พระราชบัญญัติไปรษณีย์ พ.ศ. 2477</li> <li>2. พระราชบัญญัติไปรษณีย์ พ.ศ. 2483</li> <li>3. พระราชบัญญัติคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2518</li> <li>4. พระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519</li> <li>5. พระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542</li> <li>6. พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542</li> <li>7. พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520</li> <li>8. พระราชบัญญัติว่าด้วยการให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินการในกิจการของรัฐ พ.ศ. 2535</li> <li>9. พระราชบัญญัติว่าด้วยความรับผิดชอบของพนักงานในองค์การหรือหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2502</li> <li>10. พระราชกฤษฎีกากำหนดอำนาจ สิทธิและประโยชน์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด พ.ศ. 2546</li> <li>11. พระราชกฤษฎีกากำหนดเงื่อนไขยกเลิกกฎหมายว่าด้วยการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2546</li> <li>12. ประกาศคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ เรื่องข้อบังคับตามความในพระราชบัญญัติไปรษณีย์ พ.ศ. 2477</li> <li>13. ข้อบังคับคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ ฉบับที่ 1 ว่าด้วยที่ทำการไปรษณีย์อนุญาต พ.ศ. 2552</li> <li>14. ประกาศ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เรื่อง คุณสมบัติของผู้รับตั้งที่ทำการไปรษณีย์อนุญาต และหลักเกณฑ์การจัดตั้งและการยุบเลิกที่ทำการไปรษณีย์อนุญาต ประกาศ ณ วันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2553</li> <li>15. ข้อบังคับคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ ฉบับที่ 2 ว่าด้วยที่ทำการไปรษณีย์อนุญาต</li> </ol>



เรื่อง	กฎหมาย
	<p>ประเภทร้านไปรษณีย์ไทย พ.ศ. 2560</p> <p>16. ประกาศคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ เรื่อง ให้ใช้ไปรษณีย์นิเทศ พ.ศ. 2553</p> <p>17. ประกาศคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ เรื่อง ให้ใช้ไปรษณีย์นิเทศ พ.ศ. 2557</p> <p>18. แผนกลยุทธ์ไปรษณีย์ฉบับกรุงไนโรบี (Nairobi Postal Strategy: NPS)</p> <p>19. อนุสัญญาสากลไปรษณีย์ (Universal Postal Convention)</p> <p>20. สนธิสัญญาทางไมตรีและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างราชอาณาจักรไทยกับสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2511 อนุญาตให้ผู้มีสัญชาติอเมริกันหรือนิติบุคคลอเมริกันถือหุ้น 100% ขอรับความคุ้มครองภายใต้สนธิสัญญาตามหมวดนี้ เพื่อประกอบธุรกิจในไทย</p>
การเข้ามาประกอบธุรกิจของต่างชาติ	<p>พระราชบัญญัติประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542</p> <p>บริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์อยู่ภายใต้บัญชี 3 ท้ายพระราชบัญญัติ (ธุรกิจที่คนไทยยังไม่มีความพร้อมที่จะแข่งขันในการประกอบกิจการกับคนต่างด้าว) อนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 49 หากต่างชาติต้องการเข้ามาลงทุนโดยถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 49 ต้องมาขออนุญาตจากอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้าโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว</p>
การเข้ามาทำงานของต่างชาติ	<p>พระราชบัญญัติการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2551</p> <p>พระราชกฤษฎีกากำหนดงานในอาชีพและวิชาชีพที่ห้ามคนต่างด้าวทำ พ.ศ. 2522 กำหนดประเภทงาน 39 รายการ ที่ห้ามคนต่างด้าวทำเพื่อเป็นการค้าหรือหารายได้โดยเด็ดขาด โดยอาชีพที่เกี่ยวกับบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ คือ งานขับขียานยนต์ หรืองานขับขียานพาหนะที่ไม่ใช้เครื่องจักรหรือเครื่องกล (ยกเว้นขับขีเครื่องบินระหว่างประเทศ)</p>

## 6. ข้อผูกพันการเปิดตลาดการค้าบริการไปรษณีย์ของไทย

ปัจจุบัน ไทยได้จัดทำความตกลงการค้าเสรี ซึ่งครอบคลุมการเปิดเสรีการค้าบริการ ที่มีผลบังคับใช้แล้วจำนวน 6 ฉบับ เป็นความตกลงทวิภาคี 2 ฉบับ (TAFTA และ JTEPA) และความตกลงระดับภูมิภาค 4 ฉบับ (AFAS, ACFTA, AKFTA, AANZFTA) ทั้งนี้ ไทยไม่เปิดตลาดบริการไปรษณีย์ทั้งในกรอบ WTO และ FTA ข้างต้น ในขณะที่ไทยเปิดตลาดบริการจัดส่งพัสดุ เฉพาะในข้อผูกพันการเปิดตลาดการค้าบริการ ชุดที่ 9 ภายใต้ความตกลงด้านการค้าบริการอาเซียน (AFAS)

Sector or Subsector	Limitation on Market Access	Limitation on National Treatment	Additional Comments
HORIZONTAL COMMITMENTS			
ALL SECTORS INCLUDED IN THIS SCHEDULE	3) การจัดตั้งธุรกิจในสาขา หรือสาขาย่อยภายใต้ตารางข้อผูกพันนี้ จะอนุญาตให้เฉพาะในรูปแบบของบริษัทจำกัดที่จดทะเบียนในประเทศไทยเท่านั้น หรือนิติบุคคลประเภทอื่นๆ ตามที่ระบุไว้ในข้อผูกพันเฉพาะสาขา โดยจะต้องจดทะเบียนและจัดตั้งเป็นบริษัทอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และข้อบังคับของประเทศไทย และจะต้องเป็นไป	3) สำหรับ 3.3 นิติบุคคลซึ่งครอบครองหรือควบคุมโดยต่างชาติ จะต้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ภายใต้กฎหมาย หรือข้อบังคับที่เกี่ยวกับการลงทุนจากต่างชาติ สำหรับ 3.1 และ 3.2 นิติบุคคลซึ่งครอบครองหรือควบคุมโดยต่างชาติ จะต้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ก่อนที่จะสามารถขอใบอนุญาต หรือหนังสือ	

Sector or Subsector	Limitation on Market Access	Limitation on National Treatment	Additional Comments
	<p>ตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้            ดังที่ได้ระบุไว้ในข้อผูกพันเฉพาะสาขา</p> <p>3.1 สัดส่วนหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินร้อยละ 70 ของทุนจดทะเบียน และจะสามารถดำเนินธุรกิจได้เฉพาะในลักษณะการร่วมทุน (Joint-Ventures) กับบุคคลหรือนิติบุคคลสัญชาติไทยเท่านั้น หรือ</p> <p>3.2 สัดส่วนหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน และจะสามารถดำเนินธุรกิจได้เฉพาะในลักษณะการร่วมทุน (Joint-Ventures) กับบุคคลหรือนิติบุคคลสัญชาติไทยเท่านั้น หรือ</p> <p>3.3 a) สัดส่วนหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน;            b) จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัทดังกล่าว</p>	<p>รับรองในการเข้ามาจัดตั้งธุรกิจ นิติบุคคลซึ่งครอบครองหรือควบคุมโดยต่างชาติจะต้องทำเรื่องเพื่อขอหนังสือรับรองการประกอบธุรกิจ ตามข้อตกลงหรือข้อผูกพันภายใต้มาตรา 10 ของพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ประกาศกระทรวงซึ่งอธิบาย กฎ และวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการขอหนังสือรับรองการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ปี 2546</p> <p>ตามมาตรา 14 และ 14 ทวิ ของข้อผูกพันทั่วไปด้วยการค้าบริการขององค์การการค้าโลก (GATS) ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามมาตรา 5 ของพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว</p> <p>สำหรับนิติบุคคลที่จัดตั้งเป็นบริษัทอย่างถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับของประเทศไทย ที่จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติไม่เกินร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน : ไม่มีข้อจำกัด ไม่ผูกพัน สำหรับมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอุดหนุน และสิทธิพิเศษ เงินลงทุนขั้นต่ำ การได้สิทธิครอบครอง และการใช้ที่ดิน มาตรการที่เกี่ยวกับภาษี และข้อจำกัดเรื่องสัญชาติ</p>	
<b>Communications Services</b>			
<p>B. Couriers Services            Bicycle courier services for food delivery (part of CPC Version 1.1: 64340)</p>	<p>(1) ไม่มีเงื่อนไข            (2) ไม่มีเงื่อนไข            (3) ตามที่ระบุในข้อ 3.1 ใน horizontal section</p>	<p>(1) ไม่มีเงื่อนไข            (2) ไม่มีเงื่อนไข            (3) ไม่มีเงื่อนไข</p>	