

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา (ส่วนที่ 2)

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากไต้หวันประจำวันที่ 16 – 31 ต.ค. 2569

เปิดเกมรุกตลาดไต้หวันด้วยการลงทุนในธุรกิจนำเข้า ค้าส่งและค้าปลีก



Photo: AI

การส่งออกสินค้าไทยไปยังไต้หวันต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากสินค้านำเข้าจากประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า หรือมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าสินค้าไทยหลายประเภทจะมีคุณภาพและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น แต่การพึ่งพาการส่งออกผ่านผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายในไต้หวันเพียงอย่างเดียว อาจทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกสินค้าไทยมีข้อจำกัดในการกำหนดราคา การสร้างการรับรู้แบรนด์ และการพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้บริโภคในระยะยาว

ทั้งนี้ การส่งออกสินค้าไทยสำหรับสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปไปไต้หวันในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2559 - 2568) มีลักษณะที่ผันผวน มูลค่าอยู่ในช่วงระหว่าง 550–665 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ทั้งนี้ โดยในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด – 19 ไปทั่วโลก ทำให้การส่งออกสินค้าดังกล่าวมายังไต้หวันลดลง แต่สามารถกลับมาเติบโตขึ้นตั้งแต่ช่วงปี 2564 - 2566 โดยมียอดการส่งออกสินค้าดังกล่าวสูงสุด 665.0 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และภายหลังปี 2567 – 2568 มูลค่าการส่งออกสินค้าดังกล่าวกลับลดลงอยู่ที่ประมาณ 582.8 ล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่ ไต้หวันนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 10,988.6 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2559 เป็น 16,092.2 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2568

ดังนั้น การพึ่งพาผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายในไต้หวันเพียงช่องทางเดียวซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก จะทำให้มูลค่าการนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากไทยมีความไม่มั่นคง การเข้ามาลงทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจนำเข้าและกระจายสินค้าในไต้หวันจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้าถึงตลาดไต้หวันอย่างลึกซึ้งและยั่งยืน โดยการจัดตั้งบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้า ต่างชาติสามารถถือหุ้นได้ 100% หรือในระยะแรกอาจเป็นการร่วมทุนกับพันธมิตรท้องถิ่น หรือการสร้างเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายในไต้หวัน เพื่อทำหน้าที่นำเข้าสินค้าไทย จัดเก็บสินค้า ทำการตลาด และกระจายสินค้าไปยังช่องทางค้าส่งและค้าปลีกโดยตรง

ข้อได้เปรียบของการมีธุรกิจในไต้หวัน คือ ทำให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดไต้หวันได้รวดเร็วยิ่งขึ้น การควบคุมการนำเสนอสินค้าและภาพลักษณ์แบรนด์ การบริหารราคาและโปรโมชั่น ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์กับซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกเฉพาะทาง ร้านอาหาร และแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรวบรวมข้อมูลความต้องการของตลาดเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผู้บริโภคชาวไต้หวันได้อย่างต่อเนื่อง

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Office, Taipei
Room7E10, No.5, Xinyi Rd., Sec.5,
Taipei, Taiwan

Email: thaicom.taipei@msa.hinet.net
Tel: +886-2-27231800

ข้อมูลเบื้องต้นด้านกฎระเบียบการลงทุนในไต้หวัน

1. ชาวต่างชาติสามารถลงทุนในไต้หวันได้โดยสามารถถือหุ้นได้ถึง 100% โดยการอนุมัติการลงทุนของต่างชาติ (Foreign Investment Approval: FIA) ซึ่งออกโดยกรมพิจารณาการลงทุน (Department of Investment Revier: DIR) ภายใต้กระทรวงเศรษฐการของไต้หวัน (ยกเว้นบางธุรกิจที่มีข้อจำกัดการถือหุ้นของต่างชาติ อาทิ การบิน โทรคมนาคม และการสื่อสารมวลชนบางประเภท) และสามารถขอสิทธิ์พำนักอาศัยได้หากถือหุ้นหรือลงทุนเกินกว่า 200,000 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป

2. บริษัทต่างชาติสามารถว่าจ้างผู้บริหารชาวต่างชาติได้ 1 คน ตามเงื่อนไข ดังนี้

2.1) กรณีจัดตั้งบริษัทไม่ครบ 1 ปี บริษัทที่จัดตั้งต้องมีทุนจดทะเบียนเกินกว่า 500,000 เหรียญไต้หวัน และมีชาวต่างชาติร่วมลงทุนอย่างน้อย 1 ใน 3 ของทุนชำระแล้ว

2.2) กรณีจัดตั้งเกินกว่า 1 ปี การต่อสัญญาว่าจ้างในปีต่อไป บริษัทผู้ว่าจ้างต้องมีรายได้ปีล่าสุดหรือเฉลี่ย 3 ปีสอดคล้องข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้ : 1) ยอดขาย 3 ล้านเหรียญไต้หวันขึ้นไป หรือ 2) มูลค่าการนำเข้าและส่งออกรวม 500,000 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป หรือ 3) ค่าคอมมิชชั่นตัวแทน 200,000 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป

3. การว่าจ้างชาวต่างชาติ อาทิ ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการตลาด ต้องสอดคล้องเงื่อนไข ดังนี้

3.1) คุณสมบัติของชาวต่างชาติต้องสอดคล้องข้อใดข้อหนึ่งดังนี้

(1) ได้รับใบรับรองหรือคุณวุฒิวิชาชีพตามกฎระเบียบการสอบในไต้หวัน

(2) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป หรือผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งมีประสบการณ์มากกว่า 2 ปี

(3) ผู้ที่ทำงานในบริษัทข้ามชาติเกินกว่า 1 ปีและได้รับมอบหมายให้มาทำงานในไต้หวัน

(4) ผู้ที่ได้รับการฝึกอบรมทางวิชาชีพหรือเรียนรู้เองมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องเกินกว่า 5 ปี

3.2) เงินเดือนการว่าจ้างชาวต่างชาติจะต้องสูงกว่า 47,971 เหรียญไต้หวัน

3.3) สถิติรายได้ปีล่าสุดหรือเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปีของบริษัทว่าจ้าง ต้องมียอดขาย 10 ล้านเหรียญไต้หวัน (ราว 10.5 ล้านบาท) ขึ้นไป หรือมูลค่าการนำเข้าและส่งออกรวม 1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป หรือค่าคอมมิชชั่นตัวแทน 400,000 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป หากบริษัทจัดตั้งยังไม่ครบ 1 ปี แม้รายได้ยังไม่ถึงเกณฑ์ข้างต้นสามารถยื่นขอว่าจ้างได้หากทุนชำระแล้วเกินกว่า 5 ล้านเหรียญไต้หวัน

4. การอนุมัติวีซ่าทำงานของชาวต่างชาติโดยสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองของไต้หวัน สามารถให้สิทธิ์พำนักอาศัยได้สูงสุดครั้งละ 3 ปี ในทางปฏิบัติการยื่นขอวีซ่าครั้งแรกมักจะให้พำนักอาศัย 1 ปีก่อน เมื่อดำเนินการต่ออายุวีซ่าสามารถให้สิทธิ์พำนักอาศัยได้ครั้งละ 3 ปี หากคุณสมบัติยังสอดคล้องตามที่กำหนด

5. ระเบียบมาตรฐานการพิจารณาอนุญาตชาวต่างชาติมาทำงานในไต้หวัน (Qualifications and Criteria Standards for foreigners undertaking the jobs specified under Article 46.1.1 to 46.1.6 of the Employment Service Act) กำหนดให้นำเข้าผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศตามความจำเป็นและความเหมาะสม ซึ่งอยู่ในดุลพินิจของกระทรวงแรงงาน

6. ข้อมูลเพิ่มเติม

-International Trade Administration, Taiwan, https://publicinfo.trade.gov.tw/cuswebo/FSCE3000C?table=FSCE3010F

-Invest Taiwan, https://investtaiwan.nat.gov.tw/homePage?lang=eng

-Workforce Development Agency, https://ezworktaiwan.wda.gov.tw/en/

-Louis Group, https://www.louisgrouplaw.com/th/insight/thai-company-invest-taiwan-guide-2026/

ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นของ สคต.

การลงทุนธุรกิจนำเข้าและผู้จัดจำหน่าย รวมถึงการกระจายสินค้าในไต้หวันเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ประกอบการไทยลดการพึ่งพาการส่งออกไปยังบริษัทผู้นำเข้าไต้หวันเพียงอย่างเดียว การจัดตั้งธุรกิจดังกล่าวยังสามารถช่วยสร้างแบรนด์ พัฒนาตลาด รวมถึงเพิ่มมูลค่าสินค้าอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป และสินค้าอื่นๆ ที่ไทยมีศักยภาพได้ในระยะยาว อาทิ สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ตลอดจนสินค้าไลฟ์สไตล์และงานฝีมือสร้างสรรค์ อย่างไรก็ดี การลงทุนในไต้หวันถือว่ามีความท้าทาย จึงจะต้องพิจารณาความพร้อมด้านเงินทุน ทีมงาน ความรู้และประสบการณ์ให้รอบคอบด้วย รวมถึงหากมีความรู้ภาษาจีนจะทำให้การติดต่อสื่อสารคล่องตัวมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การหาพันธมิตรหรือหุ้นส่วนที่เป็นคนท้องถิ่นชาวไต้หวันมาร่วมลงทุนด้วย จะช่วยติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ รวมถึงการหาลูกค้าได้ง่ายขึ้น และหุ้นส่วนท้องถิ่นจะรู้จักพฤติกรรมของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ทำให้การคิดกลยุทธทางการตลาดสามารถเข้าถึงความต้องการลูกค้าได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ดี หากผู้ประกอบการไทยสนใจจะลงทุนในไต้หวัน สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้เพิ่มเติมที่ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา (ส่วนที่ 2) ผ่านทาง email: thaicom.taipei@msa.hinet.net

---