

1. กิจกรรมสาขาบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ (Postal and Courier Services)

การค้าบริการในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการเจริญเติบโตค่อนข้างมาก ทั้งในแง่มูลค่าตลาด จำนวนผู้ประกอบการ และประเภทของธุรกิจ ในแต่ละสาขาบริการได้มีการแตกกิจกรรมย่อยออกไปอีกหลากหลายมากขึ้น ภายใต้ GATS Services Sectoral Classification List (MTN.GNS/W/120) ได้จัดให้บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ซึ่งถูกจัดเป็นกิจกรรมย่อย (subsectors) ของบริการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ในการเจรจาเพื่อเปิดตลาดการค้าบริการระหว่างกันจำเป็นต้องมีความชัดเจนในสาขาบริการต่างๆ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในระหว่างประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) จึงได้กำหนดสาขาบริการโดยแบ่งเป็น 12 สาขา ซึ่งในแต่ละสาขายังจำแนกออกเป็นสาขาย่อยหรือกิจกรรมต่างๆ ลงไปอีก โดยให้สอดคล้องกับที่ United Nation (U.N.) กำหนดตาม Provisional Central Product Classification (CPC) ¹ ในส่วนของบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์นั้น ได้จำแนกกิจกรรมย่อยไว้ ดังต่อไปนี้

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

การจำแนกประเภทของบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ดังกล่าว เป็นการแบ่งประเภทตามธรรมเนียมปฏิบัติที่มีมานานในการแยกบริการทั้งสองออกจากกันด้วยสถานะของผู้ให้บริการ (ownership) โดยบริการใดที่ให้โดยกิจการไปรษณีย์แห่งชาติจะเรียกว่าเป็น “Post” หรือบริการไปรษณีย์ และบริการใดที่ดำเนินการโดยบริษัทเอกชนจะเรียกว่าเป็น “Courier” หรือบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์² ทั้งๆ ที่ผู้ให้บริการทั้งสองประเภทอาจให้บริการหลายๆ ประเภทที่เหมือนกัน หรือคล้ายกันมากพอที่จะทดแทนกันได้

¹ ปัจจุบันยังอยู่ระหว่างการปรับปรุงรายการให้ครอบคลุมสาขา/กิจกรรมย่อยให้มากขึ้น

² 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 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สาขาบริการการขนส่งสินค้าทางอากาศ (CPC 732) บริการขนส่งสินค้าทางถนน (CPC 7123) บริการสนับสนุนสำหรับการขนส่งทางถนน (CPC 744) บริการรับจัดการสินค้า (CPC 741) บริการโกดังและคลังสินค้า (CPC 742) และบริการตัวแทนขนส่งสินค้า (CPC 749)

การเปิดตลาดบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ในกรอบ WTO

พันธกรณี

ประเทศสมาชิก WTO จำนวน 54 ประเทศ (สหภาพยุโรปนับเป็น 1 ประเทศ) มีพันธกรณีด้านบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์และ/หรือบริการไปรษณีย์ ทั้งนี้ การจำแนกสาขาบริการที่มีอยู่ในปัจจุบันมีข้อเสีย คือการที่ประเทศสมาชิก WTO ส่วนใหญ่กำหนดค่านิยามของบริการดังกล่าวเองในตารางข้อผูกพัน บนพื้นฐานของน้ำหนัก ขนาด หรือความเร็วในการจัดส่ง ซึ่งตารางข้อผูกพันของหลายประเทศมีการระบุพันธกรณีของบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์คล้ายคลึงกับบริการขนส่งทางบก โดยไม่รวมการขนส่งทางอากาศ ทั้งนี้ อุปสรรคทางการค้าที่สำคัญของบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ คือ การผูกขาดตลาดของผู้ให้บริการ แม้ว่าภาครัฐของแต่ละประเทศจะอนุญาตให้ภาคเอกชนเข้ามาแข่งขันได้ แต่เมื่อพิจารณาถึงลักษณะและขอบเขตการให้บริการไปรษณีย์ จะพบว่าในทุกประเทศมีการผูกขาดการให้บริการนี้

บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ (รวมทั้งจัดส่งด่วน) ในการเจรจา Doha Development Agenda (DDA)

แม้ว่าประเทศสมาชิก WTO ส่วนใหญ่เปิดให้มีการแข่งขันในบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ แต่อุปสรรคที่มักพบมาจากด้านกฎระเบียบในสาขาบริการนั้นๆ มากกว่าอุปสรรคด้านการเข้าสู่ตลาด โดยกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคดังกล่าวได้นำไปเป็นประเด็นในการเจรจาระหว่างประเทศสมาชิก WTO เช่น การออกใบอนุญาต และการกำหนดกฎระเบียบที่ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม (เช่น หน่วยงานที่ให้บริการไปรษณีย์ มักจะเป็นผู้ออกใบอนุญาตและกำกับดูแลกฎระเบียบเอง หรือแม้แต่เก็บภาษีภาคเอกชนที่เป็นคู่แข่ง) การปกป้องการแข่งขัน (ด้วยความจำเป็นที่จะต้องป้องกันพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขัน) และมาตรการที่เข้มงวดต่างๆ ของภาครัฐที่ต้องการให้การปฏิบัติเป็นพิเศษต่อคนในชาติและผู้ประกอบธุรกิจในประเทศ (เช่น การควบคุมราคาและการเรียกเก็บเงินเพิ่มเติมกับต่างชาติ และการปฏิบัติทางศุลกากร เป็นต้น)

ประเด็นบริการไปรษณีย์และ/หรือบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เป็นประเด็นการเจรจาหนึ่งที่ทั้งประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนายื่นขอให้มีการเจรจา โดยภาพรวมของข้อเสนอจะมุ่งเน้นที่การจำแนกกิจกรรมย่อยและการลด/ยกเลิกอุปสรรคต่างๆ ด้านกฎระเบียบ นอกจากนี้ บางประเทศได้เรียกร้องให้ประเทศสมาชิก WTO มีการผูกพันพันธกรณีการลดอุปสรรคด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขัน การอุดหนุนไขว้ เงื่อนไขการให้บริการอย่างครอบคลุมตามหลักสากล (universal service) และความจำเป็นของการมีหน่วยงานกำกับดูแลและหน่วยงานออกใบอนุญาตที่เป็นอิสระจากกัน โดยในส่วนของ การให้บริการอย่างครอบคลุมตามหลักสากล จะเกี่ยวข้องกับสิทธิของประเทศสมาชิก WTO ที่จะกำหนดประเภทของการให้บริการที่ผู้ให้บริการต้องการ โดยอยู่บนพื้นฐานของความโปร่งใส การไม่เลือกปฏิบัติ และการแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม อย่างไรก็ตาม ข้อเรียกร้องของประเทศต่างๆ ยังให้มีการคงไว้ซึ่งอำนาจของภาครัฐในการเข้าแทรกแซงการให้บริการของภาคเอกชนได้ หากมีความจำเป็น เพื่อให้การให้บริการไปรษณีย์เป็นไปตามมาตรฐานสากล

2. ลักษณะธุรกิจ/การให้บริการ

บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์มีองค์ประกอบเกี่ยวกับการขนส่งและการจัดส่งจดหมาย พัสดุ หีบห่อ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้ง กิจกรรมด้าน counter services และให้เช่าตู้จดหมาย โดยการจำแนกกิจกรรมของ บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ในกรอบองค์การการค้าโลกจะแบ่งตามลักษณะของผู้ให้บริการมากกว่า ที่จะแบ่งตามลักษณะของบริการนั้นๆ เอง โดยนิยามให้การจัดส่งไปรษณีย์เป็นบริการที่จัดให้โดยหน่วยงาน ไปรษณีย์ของภาครัฐ และนิยามให้การจัดส่งพัสดุภัณฑ์เป็นบริการที่จัดให้โดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่หน่วยงาน ไปรษณีย์ของรัฐ ทั้งนี้ การนิยามลักษณะบริการดังกล่าวใช้เฉพาะกับบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เท่านั้น

ผู้ให้บริการจัดส่งด่วน จะให้บริการจัดส่งเอกสารและพัสดุที่มีความเร่งด่วน โดยมีการควบคุมกิจกรรม ตลอดการจัดส่ง ผ่านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบติดตามสินค้าที่จัดส่งนั้น ซึ่งผู้ให้บริการสามารถให้บริการเสริม ที่เกี่ยวข้อง เช่น การรับสินค้าจากผู้ให้บริการโดยที่ผู้ใช้บริการไม่ต้องเดินทาง การรับประกันการจัดส่งให้สินค้าถึง มือผู้รับในวันและเวลาที่กำหนด การแจ้งยืนยันการจัดส่งที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว และการดำเนินการด้านพิธีการ ศุลกากร เป็นต้น

บริการไปรษณีย์ (Postal services) และบริการรับส่งพัสดุภัณฑ์ (Courier services) เป็น 1 ใน 5 ของ บริการโลจิสติกส์ไทย และอยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด รูปแบบของการให้บริการ ไปรษณีย์มีวิวัฒนาการของการให้บริการที่เปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบการค้าที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามา มีส่วนร่วมมากขึ้น ทำให้การให้บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การให้บริการให้ สอดคล้องการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยและ Smart Phone มีผลให้มีการเพิ่มขึ้นของการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) อย่างต่อเนื่องในช่วงปีที่ผ่านมา

3. ภาพรวมธุรกิจบริการไปรษณีย์โลก

รายได้จากการให้บริการไปรษณีย์ทั่วโลกในปี 2557³ คิดเป็นมูลค่า 486.6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมี รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 เมื่อเทียบกับปี 2556 ทั้งนี้ ในปี 2557 รายได้จากการส่งจดหมายเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 ในขณะที่ปริมาณจดหมายลดลงร้อยละ 3.9 และรายได้จากการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 เมื่อ เทียบกับปี 2556

2014	Market			Corporate		Mail		Parcels	
	Economy	Digitisation	E-Commerce	Revenue	Diversification	Revenue	Volume	Revenue	Volume
	Real GDP Δ 2013-14	Internet users 2014	Online retail Δ 2013-14	Revenue Δ 2013-14	Non-mail revenue % of total 2014	Revenue Δ 2013-14	Volume Δ 2013-14	Revenue Δ 2013-14	Volume Δ 2013-14
EUROPE	1.7%	80.1%	16.9%	2.4%	43.6%	0.7%	-3.8%	5.3%	8.9%
NORTH AMERICA	2.5%	87.2%	15.2%	3.2%	32.6%	3.2%	-2.8%	3.9%	5.1%
ASIA PACIFIC	3.2%	67.7%	19.6%	2.3%	57.1%	2.8%	-4.7%	14.1%	-3.5%
BRICS+ MEXICO	3.2%	48.1%	38.1%	6.9%	59.9%	6.3%	0.7%	5.9%	1.2%

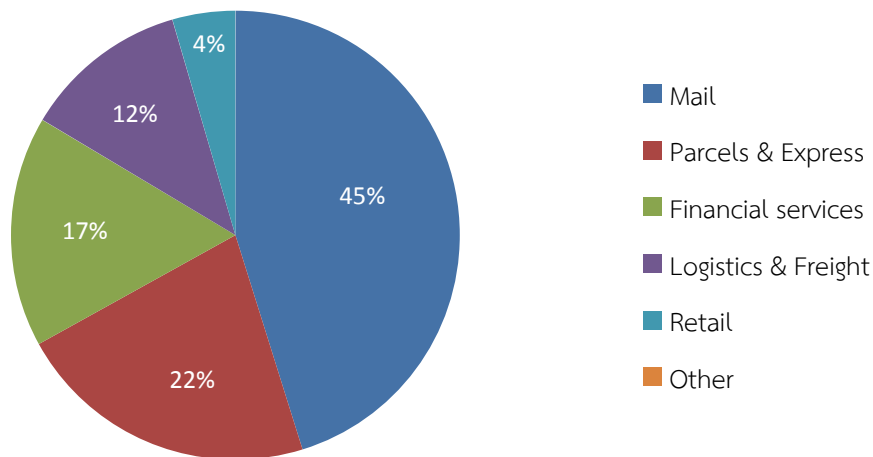
ที่มา: Global Postal Industry Report, November 2015

³ Global Postal Industry Report, November 2015,

https://www.ipc.be/~media/documents/public/markets/mi%20products/ipc_gpir2015_key_findings.pdf

รายได้หลักของบริการไปรษณีย์ยังคงเป็นรายได้จากการส่งจดหมาย คิดเป็นร้อยละ 45 ของรายได้ทั้งหมดในปี 2557 แม้ว่าปริมาณการส่งจดหมายจะลดลงอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากความนิยมการส่งจดหมายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) และการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ ที่รวดเร็วกว่าการใช้จดหมาย ในขณะที่รายได้ที่ไม่ใช่จากการส่งจดหมาย (Non-mail revenue) คิดเป็นร้อยละ 55 โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2553 ที่มีรายได้ที่ไม่ใช่จากการส่งจดหมายคิดเป็นร้อยละ 49 ทำให้การให้บริการไปรษณีย์ในปัจจุบันจำเป็นต้องขยาย/ปรับเปลี่ยนการให้บริการที่หลากหลายเพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจ (Business Diversification) เช่น บริการจัดส่งด่วน บริการโลจิสติกส์ และบริการทางการเงิน เป็นต้น ซึ่งโดยภาพรวมแล้ว การให้บริการไปรษณีย์มีแนวโน้มการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้บริการที่ดีที่สุดและได้ผลกำไรมากที่สุด

รายได้ของบริการไปรษณีย์ ปี 2557



ที่มา: Global Postal Industry Report, November 2015

ในช่วงปีที่ผ่านมา รายได้ของบริการไปรษณีย์ที่ไม่ใช่จากการส่งจดหมาย (Non-mail revenue) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในส่วนของการจัดส่งพัสดุและจัดส่งด่วน (Parcels & Express) เนื่องจากการเติบโตของ E-Commerce ทั้งในส่วนของ การซื้อสินค้า/บริการจากบ้าน (home shopping) และพัฒนาการของดำเนินธุรกิจแบบ B2B ที่นิยมการจัดส่งโดยใช้ระบบทันเวลา (just-in-time system) ที่จะจัดส่งสินค้าให้ผู้บริโภคที่มีขนาดหีบห่อไม่ใหญ่ และมีการจัดส่งหลายครั้งแทนการจัดส่งแบบเดิมที่มีความถี่ของการจัดส่งน้อยกว่าและการส่งต่อครั้งจะส่งจำนวนมาก/หีบห่อขนาดใหญ่ นอกจากนี้ ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าแต่ละชนิด ผู้ให้บริการได้เพิ่มมูลค่าของบริการตามคุณภาพและความเร็วของการจัดส่งสินค้า เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคได้เลือกบริการที่เหมาะสมกับความต้องการ โดยบริษัทต่างชาติที่มีส่วนแบ่งตลาดการจัดส่งด่วนสูงตามลำดับในปี 2557⁴ ได้แก่ UPS (19.6%), FedEx (14.2%), Deutsche Post DHL (9.4%), Yamato Holding (4.7%) และ TNT express (3.7%)

ปัจจุบัน ผู้ให้บริการไปรษณีย์ในประเทศต่างๆ เพิ่มการให้บริการที่หลากหลาย เพื่อแข่งขันกับบริษัทต่างชาติ โดยในบางประเทศ ผู้ให้บริการไปรษณีย์ขยายการให้บริการจัดส่งด่วนผ่านการซื้อธุรกิจของบริษัทเอกชน และจัดตั้งในรูปของบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วมทุน

⁴ Express and courier service providers' global market share in 2014 , www.statista.com/statistics/236309/market-share-of-global-express-industry/

ภาวะและแนวโน้มธุรกิจไปรษณีย์ของโลก

จากสถิติของสหภาพไปรษณีย์สากล (Universal Postal Union: UPU) ปริมาณจดหมายในประเทศของ ประเทศสมาชิกในช่วงปี 2554-2556 มีอัตราการเติบโตลดลงคิดเป็นร้อยละ 4.28 3.24 และ 2.83 ตามลำดับ และปริมาณจดหมายระหว่างประเทศมีอัตราเติบโตลดลงเช่นเดียวกัน โดยลดลงคิดเป็นร้อยละ 3.58 7.03 และ 5.60 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ปริมาณพัสดุไปรษณีย์ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศทั่วโลกในปี 2556 กลับมี อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.68 และ 5.76 ตามลำดับ ซึ่งเป็นผลมาจากการขนส่งสินค้าในธุรกิจ e-Commerce ที่มีมากขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค

แนวโน้มของธุรกิจไปรษณีย์จะเน้นให้ความสำคัญกับพัสดุภัณฑ์ขนาดเล็ก รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เนื่องจากการเติบโตของธุรกิจ e-Commerce ที่มีมากกว่าร้อยละ 20 ในแต่ละปี เป็นปัจจัยสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจไปรษณีย์ทั่วโลกเป็นไปในทิศทางที่ดี แต่ในอีกด้านหนึ่ง คู่แข่งขันต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการ เพื่อรองรับธุรกิจ e-Commerce เพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดจาก ธุรกิจนี้เช่นเดียวกัน จึงสามารถคาดการณ์ได้ว่า*การไปรษณีย์ของประเทศต่างๆ จะต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง ยิ่งขึ้น* ดังนั้น ผู้ให้บริการไปรษณีย์จะต้องมีการเตรียมความพร้อมโดยการเร่งปรับปรุงการให้บริการ การเพิ่มผลิต ภาพ และยึดถือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับแรก จึงจะทำให้ธุรกิจไปรษณีย์สามารถแข่งขันกับ ผู้ประกอบการชั้นนำในตลาดและดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยรูปแบบการให้บริการไปรษณีย์มี แนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงเป็นการให้บริการที่นำนวัตกรรมใหม่ๆ ในการติดต่อสื่อสารเข้ามาปรับใช้มากขึ้น

4. ภาพรวมธุรกิจบริการไปรษณีย์ในไทย

บริการไปรษณีย์ยังถูกผูกขาดโดยภาครัฐ ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติไปรษณีย์ ในขณะที่ธุรกิจจัดส่ง พัสดุภัณฑ์ได้เปิดให้ต่างชาติ เข้ามาประกอบกิจการในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้เป็นกิจการที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ตามกลไกตลาด อย่างไรก็ตาม การประกอบกิจการบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ถูกจำกัดห้ามของต่างชาติให้ไม่เกินกึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นทั้งหมดในบริษัท ขณะที่บริษัทต่างชาติที่เป็นบริษัทแม่ต้องการให้กิจการที่ประกอบในประเทศไทยมี หุ้นที่ถือโดยชาติของตนมากกว่ากึ่งหนึ่งหรือถึงร้อยละ 100 เพื่อการบริหาร ควบคุมและความเป็นเจ้าของ รวมทั้ง ต้องการที่จะประกอบกิจการในกิจกรรมที่กว้างขวาง โดยครอบคลุมถึงกิจการจัดส่งสิ่งของทั้งหมด รวมถึงไปรษณีย์ หรืออย่างน้อยก็ให้สามารถดำเนินกิจการจัดส่งของ/พัสดุที่มีน้ำหนักน้อยมากจนถึงน้ำหนักที่ไม่จำกัด ขณะที่ พระราชบัญญัติไปรษณีย์ยังไม่อนุญาตให้ดำเนินการได้

ลักษณะทางธุรกิจของไปรษณีย์ไทยเป็นธุรกิจสาธารณูปโภค ที่มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกระทรวงการคลัง โดยมีการดำเนินธุรกิจ 4 ด้าน คือ 1) ธุรกิจสื่อสาร เช่น จดหมาย และสิ่งตีพิมพ์ 2) ธุรกิจขนส่ง เช่น รับฝากส่งสิ่งของชิ้นใหญ่ และพัสดุ 3) ธุรกิจการเงิน เช่น บริการ ชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ ธานีออนไลน์ และตัวแลกเงินไปรษณีย์ และ 4) ธุรกิจค้าปลีก เช่น ตัวแทนจำหน่าย สินค้า ฝากขาย ตราไปรษณีย์สะสม สินค้าไปรษณีย์ และร้านไปรษณีย์

ที่ผ่านมา การให้บริการไปรษณีย์อยู่ภายใต้การดำเนินงานของการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ที่มี สถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ต่อมารัฐบาลมีนโยบายในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ เทียบเท่าภาคเอกชน ซึ่ง กสท. เป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจที่ต้องดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว โดยเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2546 คณะรัฐมนตรีมีมติให้มีการแปรรูป กสท. ตามแผนแม่บทพัฒนากิจการโทรคมนาคม และ พระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 โดยแยกกิจการออกเป็น 2 บริษัท คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 มีสถานะ เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด

ปัจจุบัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย (ปณท.) มีการให้บริการที่หลากหลายนอกเหนือจากบริการไปรษณีย์และ บริการจัดส่งวัสดุภัณฑ์ เพื่อสนองตอบต่อวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์และการให้บริการ Logistics ครบ วงจรในอาเซียน” โดยมีแผนงานต่างๆ ได้แก่⁵

- โครงการระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์รับ ผูกโดยการติดตั้งและพัฒนาระบบโปรแกรมเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติทั่วประเทศ ประมาณ 1,200 ที่ทำการ และเปิดให้บริการในรูปแบบ One Stop Service เพื่อลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทุกประเภทในทุกช่องบริการ

- แผนงานปรับปรุงระบบนำจ่ายไปรษณีย์ระยะที่ 2 เพื่อพัฒนาระบบนำจ่ายไปรษณีย์และยกระดับ คุณภาพบริการไปรษณีย์ รวมทั้งขจัดปัญหาไปรษณีย์ตกค้าง โดยการปรับปรุงระบบการนำจ่ายไปรษณีย์ของที่ทำ การไปรษณีย์ต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 550 ที่ทำการ

- แผนพัฒนาระบบไปรษณีย์ออนไลน์ โดยการปรับเปลี่ยนระบบการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างที่ทำการ ไปรษณีย์ทั่วประเทศ ประมาณ 1,200 ที่ทำการ กับศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จากระบบออฟไลน์ผ่านคู่สายโทรศัพท์เป็นระบบออนไลน์ผ่านเครือข่ายความเร็วสูง

- แผนพัฒนาระบบติดตามและตรวจสอบสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ (Track & Trace) เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการติดตามและตรวจสอบสิ่งของต่าง ๆ ที่จัดส่งทางไปรษณีย์ ให้ลูกค้าสามารถติดตามสถานะได้ว่า อยู่สถานที่ใด และคาดการณ์กำหนดวันส่งถึงมือผู้รับได้ และสามารถติดตามและตรวจสอบผ่านทางระบบ อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา

- แผนส่งเสริมการให้บริการรับชำระเงิน PAY AT POST เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรับเป็นตัวแทน รับชำระเงินให้แก่หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานธุรกิจต่างๆ เพิ่มมากขึ้น

- แผนจัดตั้งเฟรนไชส์ไปรษณีย์ เพื่อให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีสาขาในการให้บริการเพิ่มขึ้น เพื่อ อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ โดยให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมให้บริการไปรษณีย์ในรูปแบบธุรกิจเฟรนไชส์ ไปรษณีย์ ซึ่งจะออกแบบให้มีรูปแบบทันสมัยมีเอกลักษณ์เฉพาะ

- แผนพัฒนาการให้บริการรับส่งของพร้อมเก็บเงินที่บ้าน เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการในการส่งสิ่งของ / สินค้าไปให้แก่ผู้รับปลายทาง ซึ่งที่ทำการไปรษณีย์จะนำสิ่งของ / สินค้า ไปส่งพร้อมเก็บเงินถึงบ้านโดยลูกค้าไม่ต้องเดินทางไปรับสิ่งของและสามารถจ่ายเงิน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ รวมถึงเป็นการเพิ่มศักยภาพในการจำหน่ายสินค้าชุมชน 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ และสินค้าอื่นๆ ของผู้ประกอบการ ให้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายได้สะดวกและคล่องตัวยิ่งขึ้นในการส่งสิ่งของ / สินค้าและเก็บเงินปลายทาง

- แผนดำเนินงานบริการรับส่งและกระจายสิ่งของ / สินค้า (Logistics) เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลที่ ต้องการให้กิจการไปรษณีย์ขยายขอบเขตบริการไปสู่ภาคธุรกิจในการ รับส่งและกระจายสิ่งของ / สินค้า สนับสนุน โครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ของรัฐบาล และสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการฝากส่งสิ่งของที่มี ขนาดใหญ่ หรือน้ำหนักมากกว่าที่มีการให้บริการอยู่ในปัจจุบัน

- แผนการจัดจำหน่ายสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ เพื่อสนองนโยบายรัฐบาลใน โครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ โดยให้ที่ทำการไปรษณีย์จะเป็นจุดจำหน่ายสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ คือ การ วางจำหน่ายสินค้าหากมีพื้นที่พอเพียง หรือจำหน่ายโดยมีแคตตาล็อกสินค้าให้ลูกค้าเลือก ทั้งสินค้าตามโครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ และสินค้าอื่น ๆ ซึ่งลูกค้าสามารถใช้ที่ทำการไปรษณีย์เป็นช่องทางในการสั่งซื้อสินค้าและจัดส่ง สินค้าถึงผู้รับได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

- แผนพัฒนาการให้บริการธนาณัติ WESTERN UNION ระบบออนไลน์ เพื่อให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สามารถโอนเงินระหว่างประเทศได้ทั่วโลกผ่านระบบออนไลน์ โดยเชื่อมระบบการรับ - จ่ายเงินธนาณัติกับ WESTERN UNION

⁵ ไปรษณีย์ไทย http://www.thailandpost.com/index.php?page=article_list_with_detail&addon=aboutus&group_id=88

ภาวะและแนวโน้มธุรกิจไปรษณีย์ของไทย

จากผลการดำเนินงานในปี 2557 ของไปรษณีย์ไทย รายได้ของธุรกิจส่วนใหญ่มาจากกลุ่มธุรกิจสื่อสาร และกลุ่มธุรกิจขนส่งเป็นหลัก โดยกลุ่มธุรกิจสื่อสารนั้น ถึงแม้ว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่เป็นการเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่ลดลงอันเป็นผลมาจากการเติบโตของเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดช่องทางการติดต่อสื่อสารให้เลือกใช้ได้อย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตาม การเติบโตของธุรกิจ e-Commerce ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจขนส่งมีรายได้เพิ่มขึ้นและมีสัดส่วนรายได้ที่ใกล้เคียงกับกลุ่มธุรกิจสื่อสาร ซึ่งทำให้คาดว่ารายได้จากกลุ่มธุรกิจขนส่งจะมีความสมดุลหรือสามารถทดแทนรายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อสารได้ในระยะต่อไป

สำหรับในปี 2558 ธุรกิจไปรษณีย์ของไทย (ทุกกลุ่มธุรกิจ) ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยธุรกิจสื่อสารยังคงได้รับผลกระทบจากบริการทดแทนที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารของบุคคล ส่วนธุรกิจการเงินและธุรกิจค้าปลีก ผู้ประกอบการเอกชนในตลาดมีศักยภาพในการให้บริการที่เหนือกว่า ปณท. อย่างไรก็ตาม การเปิดเสรีการค้าและการลงทุนภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนส่ง กล่าวคือภายหลังการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยให้การค้าขายระหว่างประเทศมีความสะดวกยิ่งขึ้น ส่งผลต่อความต้องการในการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แต่ในขณะเดียวกันก็จะมีคู่แข่งทั้งผู้ประกอบการต่างชาติและผู้ประกอบการของไทยเข้ามาให้บริการด้านการขนส่งมากขึ้นเช่นกัน จากปัจจัยดังกล่าว ปณท. จึงกำหนดทิศทางการดำเนินงานมุ่งเน้นไปที่การเป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์และการให้บริการโลจิสติกส์ครบวงจรในอาเซียน โดยจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพบริการให้มีความแข็งแกร่งทัดเทียมกับผู้ประกอบการต่างชาติ รวมทั้งการพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจและประชาชนที่ใช้บริการทั่วไป

อุตสาหกรรมการส่งจดหมายและพัสดุในประเทศไทย อาจถือได้ว่าเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหม่สำหรับผู้ประกอบการภาคเอกชน จึงทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ยังไม่ค่อยรุนแรงมาก เนื่องจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมนี้มีเพียง 5 รายหลักๆ คือ ไปรษณีย์ไทย DHL, FED EX, TNT และ UPS ซึ่งถือว่ายังมีผู้ให้บริการน้อยราย ในขณะที่ความต้องการในด้านความรวดเร็วในการขนส่งสินค้าหรือเอกสารต่างๆ มีเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ตลาดในกลุ่มนี้ยังคงมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ โดยเฉพาะประเภทจัดส่งพัสดุภัณฑ์ด่วนเป็นสาขาย่อยหนึ่งในสาขาโลจิสติกส์ที่ประเทศคู่ค้าของไทยให้ความสนใจเป็นอย่างมากที่จะเข้ามาลงทุน อาทิ สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป โดยผู้ให้บริการของประเทศเหล่านี้มีจุดแข็งในด้านความชำนาญและการมีเครือข่ายการให้บริการที่ครอบคลุมหลายประเทศ ขณะที่ผู้ให้บริการส่งไปรษณีย์ภัณฑ์⁶ และพัสดุภัณฑ์ด่วนของไทย ยกเว้นบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นบริษัทจดทะเบียนสำหรับการขนส่งพัสดุและเอกสาร ซึ่งส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 95 เป็นผู้ให้บริการขนาดกลางขนาดย่อม ที่ขาดความรู้ความชำนาญในธุรกิจนี้ นอกจากนี้ผู้ให้บริการของไทยยังเป็น Sub-contract ซึ่งหมายความว่าผู้ใช้บริการอาจต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า โดยไม่จำเป็น และกลายเป็นอุปสรรคหนึ่งต่อการเติบโตของผู้ให้บริการไทยในปัจจุบัน

ธุรกิจไปรษณีย์มีแนวโน้มที่จะเติบโตและขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ด่วน (Express Delivery Services: EDS) แม้ว่าที่ผ่านมา จะยังไม่มีบริการเปิดเสรีการให้บริการขนส่งทางไปรษณีย์ในประเทศอย่างเป็นทางการ แต่ในปัจจุบันก็มีผู้ให้บริการต่างประเทศเข้ามาจัดตั้งธุรกิจภายในไทย เช่น FedEx, UPS, DHL, TNT โดยมีจุดแข็งในด้านความชำนาญในการให้บริการขนส่งระบบโลจิสติกส์ มีเครือข่ายให้บริการที่ครอบคลุมทั่วโลกและมีชื่อเสียงในระดับโลก อย่างไรก็ตาม การเปิดเสรีการค้าบริการด้านไปรษณีย์ภัณฑ์และพัสดุภัณฑ์ด่วนอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของไปรษณีย์ไทยด้วยเช่นกัน เนื่องจากเป็นบริการที่มีลักษณะ

⁶ ไปรษณีย์ภัณฑ์ หมายความว่า จดหมาย ไปรษณีย์บัตร ไปรษณีย์บัตรตอบรับ หนังสือกิตติยศ ตัวอย่างหรือแบบสินค้า ของตีพิมพ์ทุกชนิด หนังสือพิมพ์ ลงทะเบียน ห่อจดหมาย ห่อพัสดุ ธนาณัติ เช็คไปรษณีย์ หรือวัตถุอย่างอื่นที่นำมาใช้ในการสื่อสารไปรษณีย์ (ที่มา: พ.ร.บ. ไปรษณีย์ไทย พ.ศ. 2477)

คล้ายคลึงกัน ขณะที่ผู้ให้บริการต่างชาติมักจะไม่ลงทุนในสินทรัพย์ถาวร แต่จะใช้สินทรัพย์และเครือข่ายของผู้ให้บริการของไทย โดยผู้ให้บริการต่างชาติจะใช้ความเชี่ยวชาญ และทักษะในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งจากต่างชาติด้วยกัน

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดถูกจัดให้อยู่ในส่วนของผู้ให้บริการรับส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และพัสดุภัณฑ์ด่วน โดยมีจุดแข็งหลายประการ อาทิ จำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงานที่กว่า 20,000 คน ทั่วประเทศ ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในพื้นที่ให้บริการที่ครอบคลุมและสามารถดำเนินการได้สะดวก อีกทั้งยังมีความชำนาญในการจัดส่งไปรษณีย์ภัณฑ์มีค่าบริการต่ำและมีเครือข่ายที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ โดยมีจำนวนสาขาให้บริการจำนวนมากถึง 4,219 แห่ง อย่างไรก็ตาม จุดแข็งเหล่านี้ก็อาจจะกลายเป็นจุดอ่อนได้เช่นกัน เมื่อมีการเปิดเสรีการค้าบริการสาขานี้ อาทิ การมีพนักงานหรือสาขาที่ให้บริการจำนวนมากก็อาจจะกลายเป็นต้นทุนคงที่ที่สูงมาก ขณะที่ผู้ให้บริการต่างชาติกลับมีต้นทุนเหล่านี้ต่ำกว่าและอาจจะใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยเพื่อต่อยอดการให้บริการของตน

5. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ผลจากพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 ทำให้มีการตราพระราชกฤษฎีกา เพื่อกำหนดเงื่อนไขในการยกเลิกกฎหมายว่าด้วยการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2546 และตราพระราชกฤษฎีกากำหนดอำนาจ สิทธิ และประโยชน์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พ.ศ. 2546 โดยตามความในมาตรา 5 “กำหนดให้มีคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ ประกอบด้วย ปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นประธานกรรมการ ปลัดกระทรวงการคลัง เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา และบุคคลซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้มีผลงานหรือเคยปฏิบัติงานที่แสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจ และมีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ในกิจการหรือสาขาวิชาชีพอันจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการไปรษณีย์อีกหนึ่งคนเป็นกรรมการ และให้ผู้แทนกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นกรรมการและเลขานุการ”

โดยให้คณะกรรมการกิจการไปรษณีย์มีอำนาจตามความในมาตรา 6 ระบุว่า “ให้อำนาจในการอนุญาต การวินิจฉัย การออกข้อบังคับต่างๆ ของคณะกรรมการการสื่อสารแห่งประเทศไทย อำนาจในการจัดทำไปรษณีย์นิตการทำความตกลงกับต่างประเทศในกิจการไปรษณีย์ และการออกคำสั่งใดๆ ของผู้ว่าการการสื่อสารแห่งประเทศไทยที่มีลักษณะเป็นคำสั่งทางปกครอง ซึ่งอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติไปรษณีย์ พุทธศักราช 2477 เป็นอำนาจของคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์

กฎหมายที่ใช้กำกับดูแลบริการไปรษณีย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเปิดเสรีการค้าบริการและการลงทุน มีดังต่อไปนี้

เรื่อง	กฎหมาย
การกำกับดูแล	<ol style="list-style-type: none"> 1. พระราชบัญญัติไปรษณีย์ พ.ศ. 2477 2. พระราชบัญญัติไปรษณีย์ พ.ศ. 2483 3. พระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519 4. พระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 5. พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 6. พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 7. พระราชบัญญัติว่าด้วยการให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินการในกิจการของรัฐ พ.ศ. 2535 5. พระราชกฤษฎีกากำหนดอำนาจ สิทธิและประโยชน์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด พ.ศ. 2546 6. พระราชกฤษฎีกากำหนดเงื่อนไขยกเลิกกฎหมายว่าด้วยการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2546 7. ประกาศคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ เรื่องข้อบังคับตามความในพระราชบัญญัติไปรษณีย์

เรื่อง	กฎหมาย
	<p>พ.ศ. 2477</p> <p>8. ข้อบังคับคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ ฉบับที่ 1 ว่าด้วยที่ทำการไปรษณีย์อนุญาต พ.ศ. 2552</p> <p>9. ประกาศคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ เรื่อง ให้ใช้ไปรษณีย์นิเทศ พ.ศ. 2553</p> <p>10. ประกาศคณะกรรมการกิจการไปรษณีย์ เรื่อง ให้ใช้ไปรษณีย์นิเทศ พ.ศ. 2557</p> <p>11. แผนกลยุทธ์ไปรษณีย์ฉบับกรุงไนโรบี (Nairobi Postal Strategy: NPS)</p> <p>12. สนธิสัญญาทางไมตรีและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างราชอาณาจักรไทยกับสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2511 อนุญาตให้ผู้มีสัญชาติอเมริกันหรือนิติบุคคลอเมริกันถือหุ้น 100% ขอบรับความคุ้มครองภายใต้สนธิสัญญาตามหมวดนี้ 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 งานขับขี่ยานยนต์ หรืองานขับขี่ยานพาหนะที่ไม่ใช้เครื่องจักรหรือเครื่องกล (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 เฉพาะในความตกลงด้านการค้าบริการอาเซียน (AFAS) ชุดที่ 9

Sector or Subsector	Limitation on Market Access	Limitation on National Treatment	Additional Comments
HORIZONTAL COMMITMENTS			
ALL SECTORS INCLUDED IN THIS SCHEDULE	<p>3) การจัดตั้งธุรกิจ ในสาขา หรือสาขาย่อยภายใต้ตารางข้อผูกพันนี้ จะอนุญาตให้เฉพาะในรูปแบบของบริษัทจำกัดที่จดทะเบียนในประเทศไทยเท่านั้น หรือนิติบุคคลประเภทอื่นๆ ตามที่ระบุไว้ในข้อผูกพันเฉพาะสาขา โดยจะต้องจดทะเบียนและจัดตั้งเป็นบริษัทอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และข้อบังคับของประเทศไทย และจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้ ดังที่ได้ระบุไว้ในข้อผูกพันเฉพาะสาขา</p>	<p>3) สำหรับ 3.3 นิติบุคคลซึ่งครอบครองหรือควบคุมโดยต่างชาติ จะต้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ภายใต้กฎหมาย หรือข้อบังคับที่เกี่ยวกับการลงทุนจากต่างชาติ สำหรับ 3.1 และ 3.2 นิติบุคคลซึ่งครอบครองหรือควบคุมโดยต่างชาติจะต้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ก่อนที่จะสามารถขอใบอนุญาต หรือหนังสือรับรองในการเข้ามาจัดตั้งธุรกิจ นิติบุคคลซึ่งครอบครองหรือควบคุม</p>	

Sector or Subsector	Limitation on Market Access	Limitation on National Treatment	Additional Comments
	<p>3.1 สัดส่วนหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินร้อยละ 70 ของทุนจดทะเบียน และสามารถดำเนินธุรกิจได้เฉพาะในลักษณะการร่วมทุน (Joint-Ventures) กับบุคคลหรือนิติบุคคลสัญชาติไทยเท่านั้น หรือ</p> <p>3.2 สัดส่วนหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน และสามารถดำเนินธุรกิจได้เฉพาะในลักษณะการร่วมทุน (Joint-Ventures) กับบุคคลหรือนิติบุคคลสัญชาติไทยเท่านั้น หรือ</p> <p>3.3 a) สัดส่วนหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน;</p> <p>b) จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัทดังกล่าว</p>	<p>โดยต่างชาติจะต้องทำเรื่องเพื่อขอหนังสือรับรองการประกอบธุรกิจ ตามข้อตกลงหรือข้อผูกพันภายใต้มาตรา 10 ของพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ประกาศกระทรวงซึ่งอธิบาย กฎ และวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการขอหนังสือรับรองการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ปี 2546 ตามมาตรา 14 และ 14 ทวิ ของข้อผูกพันทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการขององค์การการค้าโลก (GATS) ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามมาตรา 5 ของพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว สำหรับนิติบุคคลที่จัดตั้งเป็นบริษัทอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และข้อบังคับของประเทศไทย ที่จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติไม่เกินร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน : ไม่มีข้อจำกัด ไม่ผูกพัน สำหรับมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอุดหนุน และสิทธิพิเศษ เงินลงทุนขั้นต่ำ การได้สิทธิครอบครอง และการใช้ที่ดิน มาตรการที่เกี่ยวข้องกับภาษี และข้อจำกัดเรื่องสัญชาติ</p>	
Communications Services			
B. Couriers Services Bicycle courier services for food delivery (part of CPC Version 1.1: 64340)	(1) None (2) None (3) As indicated in 3.1 of the horizontal section	(1) None (2) None (3) None	