

ศุลกากรคุมเข้มสินค้านำเข้าผ่านไปรษณีย์ในช่วงเทศกาลปีใหม่

นายพันธ์ทอง ลอยกุลนันท์ รองอธิบดีกรมศุลกากรเปิดเผยว่า การนำเข้าของเร่งด่วน (Express) จากต่างประเทศผ่านทางอากาศยานและการนำเข้าของทางไปรษณีย์ กรมศุลกากร ได้กำหนดให้ของที่ไม่ต้องเสียภาษี ราคาไม่เกิน 1,500 บาท โดยรวม ราคาสินค้า + ค่าขนส่ง + ค่าประกันภัย = ราคา CIF สินค้าทุกชิ้นจะถูกตรวจสอบโดยการ X-Ray และบันทึกภาพด้วย CCTV ตลอดเวลา และยอมรับ ช่วงเทศกาลปีใหม่ ประชาชนสั่งสินค้าจำนวนมาก ซึ่งกรมศุลกากร กำชับสิ่งของห้ามนำเข้ามาในประเทศได้ หากฝ่าฝืนจะมีโทษตามกฎหมาย ทั้ง บุหรี่ไฟฟ้า บารากุ่ สินค้าที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา วัตถุหรือสื่อลามก สัตว์ป่าสงวน และสารเสพติด

สำหรับของบางประเภทต้องขอใบอนุญาตนำเข้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ส่วนต่างๆ ของพืช ต้องขอใบอนุญาตจากกรมวิชาการเกษตร, สัตว์เลี้ยงและสัตว์น้ำต้องขอใบอนุญาตจากกรมปศุสัตว์และกรมประมง, ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ อาหาร วัตถุอันตราย และผลิตภัณฑ์สมุนไพร ต้องขอใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.), วิทยุสื่อสาร และโดรน ต้องขอใบอนุญาตจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และ

หากขออนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเรียบร้อยแล้ว ผู้รับของต้องจัดทำใบขนสินค้าขาเข้า โดยส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เข้าระบบคอมพิวเตอร์กรมศุลกากร ณ สำนักงาน/ด่านศุลกากร ส่วนสิ่งของที่ต้องเสียภาษีราคาของ ตั้งแต่ 1,500 บาท ขึ้นไป แต่ไม่เกิน 40,000 บาท ของจะถูกสุ่มเลือกตรวจเช็คเพื่อบริหารความเสี่ยง โดยการเปิดตรวจทางกายภาพ ซึ่งหีบห่อถูกเปิดและปิดโดยพนักงานของผู้ประกอบการของเร่งด่วน หรือเจ้าหน้าที่ไปรษณีย์ไทย และบันทึกภาพด้วย CCTV ตลอดเวลา ตัวอย่างอัตราอากรขาเข้าของสินค้า ได้แก่ นาฬิกา 5%, ของเล่น 10%, เครื่องดนตรี 10%, กระเป๋า 20%, รองเท้า 30%, เสื้อผ้า 30%

สำหรับวิธีการคำนวณค่าภาษีอากร อากรขาเข้า = ราคา CIF x อัตราอากรขาเข้าของสินค้า ภาษีมูลค่าเพิ่ม = (ราคา CIF + อากรขาเข้า) x อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม ยกตัวอย่าง การคำนวณค่าภาษีสินค้า กระเป๋าถือสตรี ราคา CIF 10,000 บาท, อัตราอากร 20% อากรขาเข้า = 10,000 x 20% = 2,000 บาท ภาษีมูลค่าเพิ่ม = (10,000 + 2,000) x 7% = 840 บาท ดังนั้น ต้องเสียภาษีอากรทั้งหมด 2,840 บาท กรณีราคาของ (FOB) เกินกว่า 40,000 บาท ผู้รับของ ต้องจัดทำใบขนสินค้าขาเข้า โดยการส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร ณ สำนักงาน/ด่านศุลกากร

BUILDING THE REGISTRY

The government wants 10 million entrants using digital ID systems by the end of next year. **3**

State eyes 10m digital ID registrants

DES Ministry pursues first phase of Thailand Digital ID framework

KOMSAN TORTERMVASANA

The government targets 10 million registrants for digital ID systems by the end of next year, double the current total, to improve the country's digital ecosystem, says the Digital Economy and Society (DES) Ministry.

There are three major digital ID platforms, comprising Mobile ID by the National Broadcasting and Telecommunications Commission, D.DOPA by the Department of Provincial Administration (DPA) and National Digital ID.

Digital ID is designed to make it convenient for people to verify their identity when contacting state and private agencies online.

The DES Ministry is pursuing the first phase of the Thailand Digital ID framework (2022-24) to support people accessing state and private services through digital means.

The Phase 1 framework was recently approved by the cabinet. Related regulations and standards are being developed to support it.

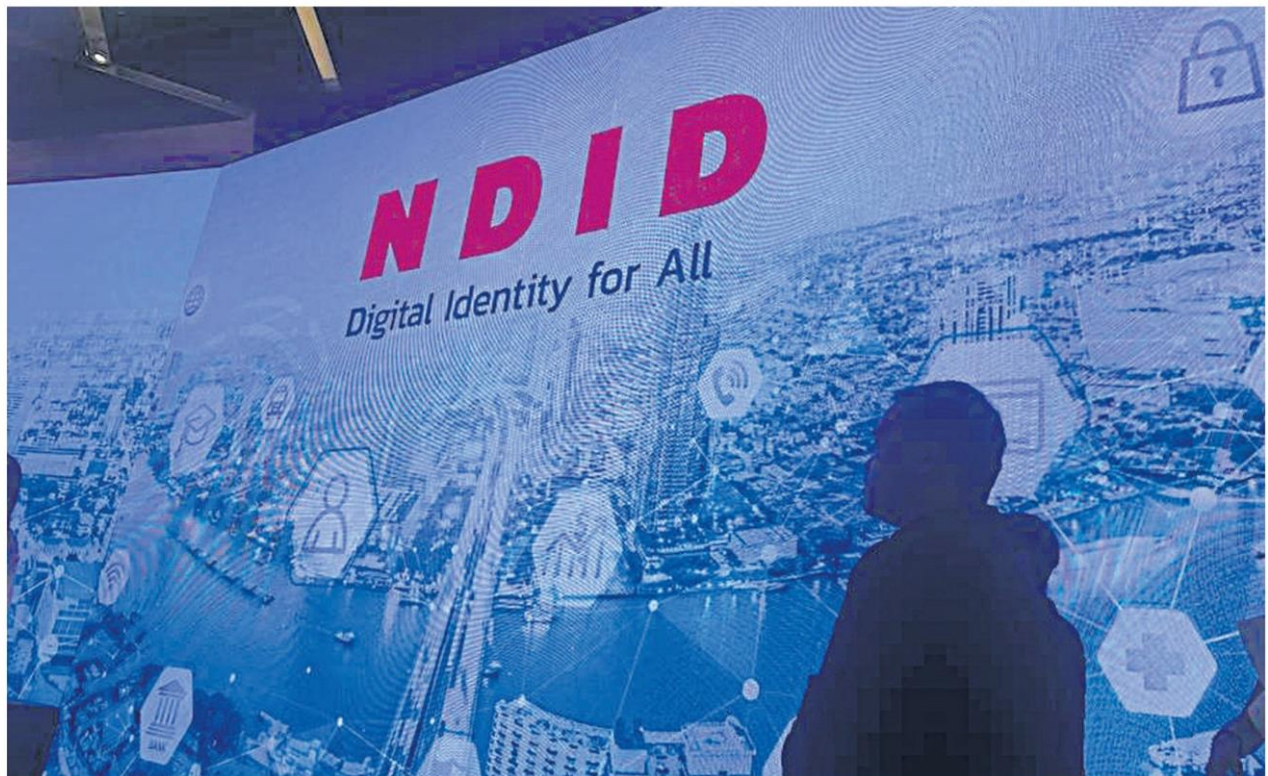
DES Minister Chaiwut Thanakamansorn said the goal of the

framework is to let people access many services from both the public and private sectors through their digital ID.

More people are becoming familiar with digital innovation, while all online transactions require identity verification.

Digital ID is key to allowing users to access and receive digital services conveniently anytime and anywhere with reliable and safe systems, he said.

The face verification service (FVS) system is being developed to allow people to register and verify their identity online, allowing them to forgo phys-



Digital ID is designed to make it convenient for people to verify their identity when contacting state and private agencies online.

ically travelling to service locations.

The DPA was assigned to develop the FVS system with the help of the DES Ministry.

A draft royal decree regulating service business for digital identification systems is in the process of being announced in the *Royal Gazette*.

The Electronic Transactions Development Agency (ETDA) has also ushered in guidelines, standards and measures that support the use of the digital ID system.

The agency works with partners to enhance digital ID performance through the ETDA Sandbox project.

According to Mr Chaiwut, the first phase of the Digital ID framework encompasses eight strategies.

The first is to ensure digital ID covers Thai individuals, juristic persons and foreigners. Secondly, people can use digital ID to access state and private services.

The third strategy is the Interior Ministry will play a key role in supplying data that can be used to support identification, while the fourth supports the use of digital ID for transactions among juristic persons by using the identity of those with authority in the organisations, he said.

For the fifth, the Department of Business Development serves as the main agency that provides juristic person information to support corporate transactions via Digital ID, while the sixth involves efforts to ward off repetitive digital ID registrations.

The seventh strategy is to support the ETDA in rolling out a digital ID policy and central standards, while the last is to support equal standards for digital ID services and data exchange between private and state agencies.

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachat Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,350

Section: การตลาด/สังคม

วันที่: จันทร์ 26 - พุธ 28 ธันวาคม 2565

ปีที่: 45

ฉบับที่: 5526

หน้า: 14(ล่าง)

Col.Inch: 109.13 Ad Value: 147,325.50

PRValue (x3): 441,976.50 คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: อมาโต้ ก้าวกระโดดรับปีกระต่ายทอง 2566 พุ่งเป้า 3,000 ล้านบาท ปิดดีลซื้อแอร์โหม...

อมาโต้ ก้าวกระโดดรับปีกระต่ายทอง 2566 พุ่งเป้า 3,000 ล้านบาท ปิดดีลซื้อแอร์โหมช่องทีวีหลัก พร้อม “ส่งความสุขทุกการสั่งซื้อ” ผ่านอมาโต้ ช้อปปีง



อมาโต้ ประกาศเป้าปี 2566 และ 3,000 ล้านบาท เดินหน้าลุยตลาด “ทีวีช้อปปีง” วางงบการตลาดทีวีช้อปปีง 400 ล้านบาท เน้นเรตติ้งประสิทธิภาพจากช่องทีวีชั้นนำของประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย เตรียมผงาดขึ้นแท่นตลาดทีวีช้อปปีงไทย รับปีกระต่ายทอง 2566 พร้อมปรับแผนนโยบายองค์กรมุ่งเน้นการพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์ เสริมทัพด้วยสินค้าใหม่ตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภค

นายธนากรชัย ภูโซคอนันต์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อมาโต้ กรุ๊ป จำกัด ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ อมาโต้ (amado) เปิดเผยว่า “ตลอดระยะเวลากว่า 8 ปี ที่อมาโต้ ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เรามีจุดยืนคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ในราคาที่ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ ซึ่งปีนี้อมาโต้ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทั้งด้านสุขภาพและความงามหลายชนิด อีกทั้งองค์กรขยายธุรกิจมาลุยตลาดทีวีช้อปปีง ที่ผ่านมานั้น อมาโต้มีจุดแข็งด้านความสามารถในการคัดสรรช่วงเวลาที่ดีที่สุดและมีประสิทธิภาพมากที่สุดของสถานีโทรทัศน์ชั้นนำในประเทศ มาผนวกเข้ากับ Data Driven Marketing เครื่องมือทางการตลาดที่ทรงประสิทธิภาพ ในการนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นตรงกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง สามารถเพิ่มยอดขายได้มากขึ้นถึง 2 เท่า ซึ่งนอกจากการนำเสนอสินค้าสุขภาพและความงามจากอมาโต้มาจำหน่ายแล้ว อมาโต้ยังมีพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจจัดสินค้าโปรโมชั่นพิเศษ

จัดจำหน่ายผ่าน “อมาโต้ ช้อปปีง” (amado shopping)

ในปีหน้า 2566 อมาโต้ได้วางเป้าหมายของบริษัทไว้ที่ 3,000 ล้านบาท โดยยึดหลักสถิติ ความเป็นไปได้ของสถานะเศรษฐกิจ การเติบโตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม รวมถึงโครงสร้างภายในขององค์กร โดยใช้งบประมาณการตลาดด้านทีวีช้อปปีงเบื้องต้นกำหนดไว้ที่ 400 ล้านบาท ซึ่งขณะนี้ได้ปิดดีลซื้อแอร์โหมที่มีประสิทธิภาพกับช่องทีวีหลัก ได้แก่ อมรินทร์ทีวี, สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3, สถานีโทรทัศน์สีทองที่พบช่อง 7 ช่อง MONO 29, และช่อง Workpoint TV ส่วนช่องอื่น ๆ จะต้องมีการประเมินความคุ้มค่า และปรับแผนระหว่างปี 2566 อีกครั้ง โดยภายใต้นโยบายการดำเนินธุรกิจทุกภาคส่วนเรายึดหลักความถูกต้อง คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค และคุณภาพของสินค้า ซึ่งอมาโต้ช้อปปีงอยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานรัฐ โดยด้านการออกอากาศรายการและเนื้อหาจะมี กสทช. กำกับดูแลคุณภาพสินค้า มี สคบ. กำกับดูแล และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของอมาโต้ก็จะต้องผ่าน อย.

กลยุทธ์การตลาดในปีนี้ อมาโต้ยังใช้กลยุทธ์สื่อสารการตลาดในการสร้างการตอบโต้ในตราสินค้า ด้วยวีซีดีจากซูเปอร์สตาร์คนเดิม โดยต่อสัญญา “ไบเฟิร์น - พิมพ์นก ลีอวิเศษโพลย์” นั่งแท่นวีซีดีต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 พร้อมเปิดตัวคอลลาเจนสูตรใหม่ “อมาโต้ โกลด์ คอลลาเจน พลัส เซราไมด์” (Amado

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachat Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,350

Section: การตลาด/สังคม

วันที่: จันทร์ 26 - พุธ 28 ธันวาคม 2565

ปีที่: 45

ฉบับที่: 5526

หน้า: 14(ล่าง)

Col.Inch: 109.13 Ad Value: 147,325.50

PRValue (x3): 441,976.50

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: อมาโต้ ก้าวกระโดดรับปีกระต่ายทอง 2566 พุ่งเป้า 3,000 ล้านบาท ปิดดีลซื้อแอร์โหม...

Gold Collagen Plus Ceramide) และในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังคงแตกไลน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยเฉพาะสินค้าด้านความงาม สินค้าด้านสกินแคร์ ซึ่งในปี 2566 ที่กำลังจะมาถึงนี้ อมาโต้ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าคุณภาพใหม่ ๆ เพื่อคนไทยต่อไป”

นายธนาทรย์ฉัตร กล่าวเสริมว่า “ปีนี้เป็นปีแห่งความสำเร็จของอมาโต้ นอกจากในด้านการเติบโตขององค์กรสู่ธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชั้นนำและทีวีช้อปปิ้งแล้ว เราได้รับความไว้วางใจจากคนไทยที่มีให้แก่นแบรนด์สินค้าอมาโต้ จากการรับ 4 รางวัลอันทรงเกียรติ ได้แก่ No.1 Brand Thailand จาก Marketeer (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3), Thailand's Most Admired Brand จาก BrandAge (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2), Superbrands Thailand Award (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2) และ PRODUCT OF THE YEAR AWARDS จาก BUSINESS+ (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3) ซึ่งเป็นการก่อกำเนิดคุณภาพและมาตรฐาน ภายใต้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและวิตามินแบรนด์อมาโต้ ทั้งนี้ในส่วนยอดขายในช่วงที่เหลือของปีและต้นปีหน้า เชื่อว่า จะยังเติบโตต่อเนื่อง เนื่องจากกระแสรักสุขภาพยังคงเติบโต ส่งผลให้ผู้คนมองหาและเลือกจับจ่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นของขวัญของฝากในช่วงเทศกาลปีใหม่และตรุษจีน” นายธนาทรย์ฉัตรกล่าวปิดท้าย

ความสำเร็จของอมาโต้เกิดจากแก่นในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญ (Core Business) 3 ด้าน ดังนี้

1. Research & Development คิดค้นสูตรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง
2. สร้างช่องทางขายที่หลากหลายและทรงประสิทธิภาพที่ตอบสนองทันทีทันใด (Real-Time Strategic Platform)
3. การขับเคลื่อนการตลาดด้วยข้อมูล หรือ Data Driven Marketing ด้วยการนำข้อมูลลูกค้ามาวิเคราะห์หาความต้องการของ



ลูกค้าในเชิงลึก (Customer Insight) สู่การออกแบบโปรโมชันและนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการดังกล่าว ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้เพิ่มมากขึ้น ด้วยคำมั่นสัญญา “We Live For Your Health”

สินค้าด้านสุขภาพและความงามของอมาโต้ที่เปิดตัวในปี 2565

- “อมาโต้ คอมพลีโตะ โกโก้ ดริงค์” (amado Completo CoCoa Drink) ช่วยควบคุมความหิว ช่วยให้อิ่มนาน มีส่วนช่วยควบคุมน้ำหนัก
- “อมาโต้ โกลด์ คอลลาเจน พลัส เซราไมด์” อาหารเสริมที่รวมคอลลาเจน 3 ชนิด ช่วยการทำงานของกระดูกและข้อต่อต่าง ๆ ช่วยดูแลผิวพรรณด้วยสารสกัดจากเซราไมด์ ให้ผิวแข็งแรง และสารสกัดจากมะเขือเทศช่วยฟื้นฟูผิวจากการคล้ำแดด
- “อมาโต้ จี ดริงค์” (AMADO G DRINK) อาหารเสริมเพิ่ม Energy เม็ดฟู ช่วยเพิ่มความสดชื่น กระปรี้กระเปร่าระหว่างวัน ลดความอ่อนล้า เพิ่มสมาธิในการทำงานและการเรียนรู้
- “อมาโต้ อิมมู คอลลาเจน เดลี่ มัลติวิต พลัส มินอรัลส์ คอมเพล็กซ์” Amado Immu Collagen Daily Multivit Plus Minerals Complex คอลลาเจนเสริมภูมิคุ้มกัน ช่วยกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกัน เสริมสร้างการทำงานของเม็ดเลือดขาว ลดกระบวนการอักเสบในร่างกาย และมีใยอาหารช่วยเพิ่มการทำงานของจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์
- “AMADO GRAVI ANTI-WRINKLE SERUM” ครีมบำรุงผิวต่อต้านริ้วรอยโน้มถ่วง ชูจุดเด่นนวัตกรรม ENCAPSULATION TECHNOLOGY จากสเปน
- “Gold Caviar Serum” 100 ml อุดมไปด้วยสารสกัดไขปลาคาร์เวียร์และสารสกัดจากทองคำบริสุทธิ์ 99.99% ไซไซใหญ่ ใช้ได้นาน

