

กรณีศึกษา Number	สมศ. ๒ กมพ./๐๐๑/๒๕๖๖
ชื่อเรื่อง Title	ค่าการตลาดส่วนภูมิภาค
วันที่เผยแพร่ Date of disclosure	๒๖/๐๑/๒๕๖๖

Inquiry/ ข้อหาหรือ	
Outline /รายละเอียดของ ข้อหาหรือ	i. Imported goods สินค้า M
	ii. Point of inquiry ค่าการตลาดส่วนภูมิภาคต้องนำมารวมในราคาตุลกากรหรือไม่
	iii. Outline of the transaction and transaction flowchart บริษัท ก (ประเทศไทย) ได้สั่งซื้อสินค้า M จากบริษัท ค (ประเทศ B) ภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขของกรอบสัญญาจัดซื้อ และได้ชำระ “ค่าการตลาดส่วนภูมิภาค” ให้กับบริษัท ข (ประเทศ A) โดยคำนวณจากยอดขายสุทธิของบริษัท ก (ประเทศไทย) ภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขของสัญญาการตลาดส่วนภูมิภาค ซึ่งบริษัท ข (ประเทศ A) จะเป็นผู้ให้ความรู้ด้านการตลาดเพื่อสนับสนุนบริษัท ก (ประเทศไทย) ในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาด และสื่อประชาสัมพันธ์แคมเปญในระดับสากล เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัท ก (ประเทศไทย) บริษัท ข (ประเทศ A) และ บริษัท ค (ประเทศ B) เป็นบริษัทในเครือของบริษัท ง (ประเทศ B) ภายใต้แบรนด์ M และเครื่องหมายการค้า M (เครือ M) (โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ ๑ : ข้อเท็จจริง)
Remarks/หมายเหตุ	

Answer/คำตอบ		
	Summary of answer คำตอบโดยสรุป	“ค่าการตลาดส่วนภูมิภาค” หากเป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายที่บริษัท ก (ประเทศไทย) ได้กระทำการต่าง ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการตลาดของของที่นำเข้าโดยค่าใช้จ่ายของบริษัท ก (ประเทศไทย) เอง ต้นทุนค่าใช้จ่ายของการกระทำเหล่านั้น ไม่ถือเป็นส่วนหนึ่งของราคาศุลกากร
	Outline of answer เหตุผลโดยสรุป	การกำหนดราคาศุลกากรโดยวิธีราคาซื้อขายของที่นำเข้าจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหมวด ๒ ของกฎกระทรวง การกำหนดและการใช้ราคาศุลกากร พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยข้อ ๑๐ สรุปได้ว่า ราคาซื้อขายของที่นำเข้าที่ใช้ในการกำหนดราคาศุลกากรจะต้องเป็นราคาที่ได้ชำระจริงหรือที่จะต้องชำระสำหรับของที่นำเข้านั้น เมื่อได้มีการขายเพื่อส่งออกมายังราชอาณาจักร และจะต้องมีการปรับราคาโดยนำรายการต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๑ - ๑๓ ของกฎกระทรวงฯ มารวมไว้ในราคาซื้อขายของที่นำเข้าด้วย เท่าที่รายการเหล่านั้นยังไม่ได้นำมารวมไว้ (โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ ๒ : ผลการพิจารณา)
Outline /เค้าโครงโดยสังเขป	Article number of applicable laws, regulation, and other related instrument กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	๑) กฎกระทรวงการกำหนดและการใช้ราคาศุลกากร พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๔ และข้อ ๑๐ - ๑๓ ๒) ความตกลงในการนำมาตรา ๗ ของความตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า ๑๙๙๔ มาถือปฏิบัติ ตามหมายเหตุของมาตรา ๑ ข้อ ๒ และหมายเหตุของมาตรา ๑ วรรค ๑ (ข) ข้อ ๒
	Condition applied เงื่อนไขการใช้ผล ของคำวินิจฉัย ในกรณีศึกษา	๑). กรณีมีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำหนดราคาศุลกากร อันมีผลให้การกำหนดราคาศุลกากรเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ให้การกำหนดราคาศุลกากรล่วงหน้าเดิม ล้นสุดลงนับแต่วันที่กฎหมายนั้นมีผลบังคับใช้ ๒). กรณีผลการกำหนดราคาศุลกากรล่วงหน้า ถูกเพิกถอน ถูกบอกเลิก ถูกเรียกกลับหรือมีการแก้ไข เพราะเหตุว่าได้รับข้อมูลเพิ่มเติม หรือปรากฏข้อมูลเพิ่มเติม หรือปรากฏข้อมูลใหม่ เช่น คำวินิจฉัยของคณะมนตรีความร่วมมือทางศุลกากร เป็นต้น อันมีผลให้การกำหนดราคาศุลกากรเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ให้ผลการกำหนดราคาศุลกากรเดิม ล้นสุดลง และให้ใช้ผลการกำหนดราคาศุลกากรที่ออกใหม่ ภายหลังแทน แต่มิให้มีผลย้อนหลังสำหรับสินค้าที่ได้รับแจ้งผลการพิจารณาที่ได้มีการนำเข้าและชำระภาษีอากรครบถ้วนแล้ว

Part ๑ / ส่วนที่ ๑ : Fact of Transaction/ข้อเท็จจริง

บริษัท ก (ประเทศไทย) บริษัท ข (ประเทศ A) และ บริษัท ค (ประเทศ B) เป็นบริษัทในเครือของบริษัท ง (ประเทศ B) ภายใต้แบรนด์ M และเครื่องหมายการค้า M (หรือ M)

บริษัท ก (ประเทศไทย) ประกอบกิจการนำเข้าเพื่อค้าปลีกและค้าส่งสินค้าภายใต้แบรนด์ M (สินค้า M)

บริษัท ก (ประเทศไทย) ได้สั่งซื้อสินค้า M จากบริษัท ค (ประเทศ B) ภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขของกรอบสัญญาจัดซื้อ ระหว่างบริษัท ก (ประเทศไทย) กับบริษัท ค (ประเทศ B) ซึ่งสินค้า M จะถูกจัดส่งโดยตรงจากผู้ผลิตที่ตั้งอยู่ในประเทศที่สาม มายังบริษัท ก (ประเทศไทย) ในราคา X ที่ถูกกำหนดภายใต้นโยบาย Transfer Pricing ของเครือ M ตามหลักเกณฑ์ Cost-Plus โดยราคา X ประกอบไปด้วย ราคา Y (ต้นทุนการจัดหาจัดซื้อของบริษัท ค (ประเทศ B) ที่จ่ายให้ผู้ผลิต) บวกด้วยค่าวิจัยและพัฒนา (R&D) ค่าทรัพย์สินทางปัญญา (IP) และค่าส่วนต่างการจัดหาจัดซื้อ บริษัท ก (ประเทศไทย) จะสำแดงราคาสินค้านำเข้าต่อกรมศุลกากร โดยใช้ราคา X บวกด้วยค่าประกันภัยและค่าขนส่งเพื่อให้ได้ราคา CIF

บริษัท ก (ประเทศไทย) ได้ชำระ “ค่าการตลาดส่วนภูมิภาค” ให้กับบริษัท ข (ประเทศ A) ภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขของสัญญาการตลาดส่วนภูมิภาค ระหว่างบริษัท ก (ประเทศไทย) กับบริษัท ข (ประเทศ A) โดยบริษัท ข (ประเทศ A) จะเป็นผู้เรียกเก็บค่าการตลาดส่วนภูมิภาคดังกล่าว ผ่านบริษัทในเครือ M จากยอดขายสุทธิ และจะเป็นผู้ให้ความรู้ด้านการตลาดเพื่อสนับสนุนบริษัท ก (ประเทศไทย) ในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาด และสื่อประชาสัมพันธ์แคมเปญในระดับสากล เป็นต้น

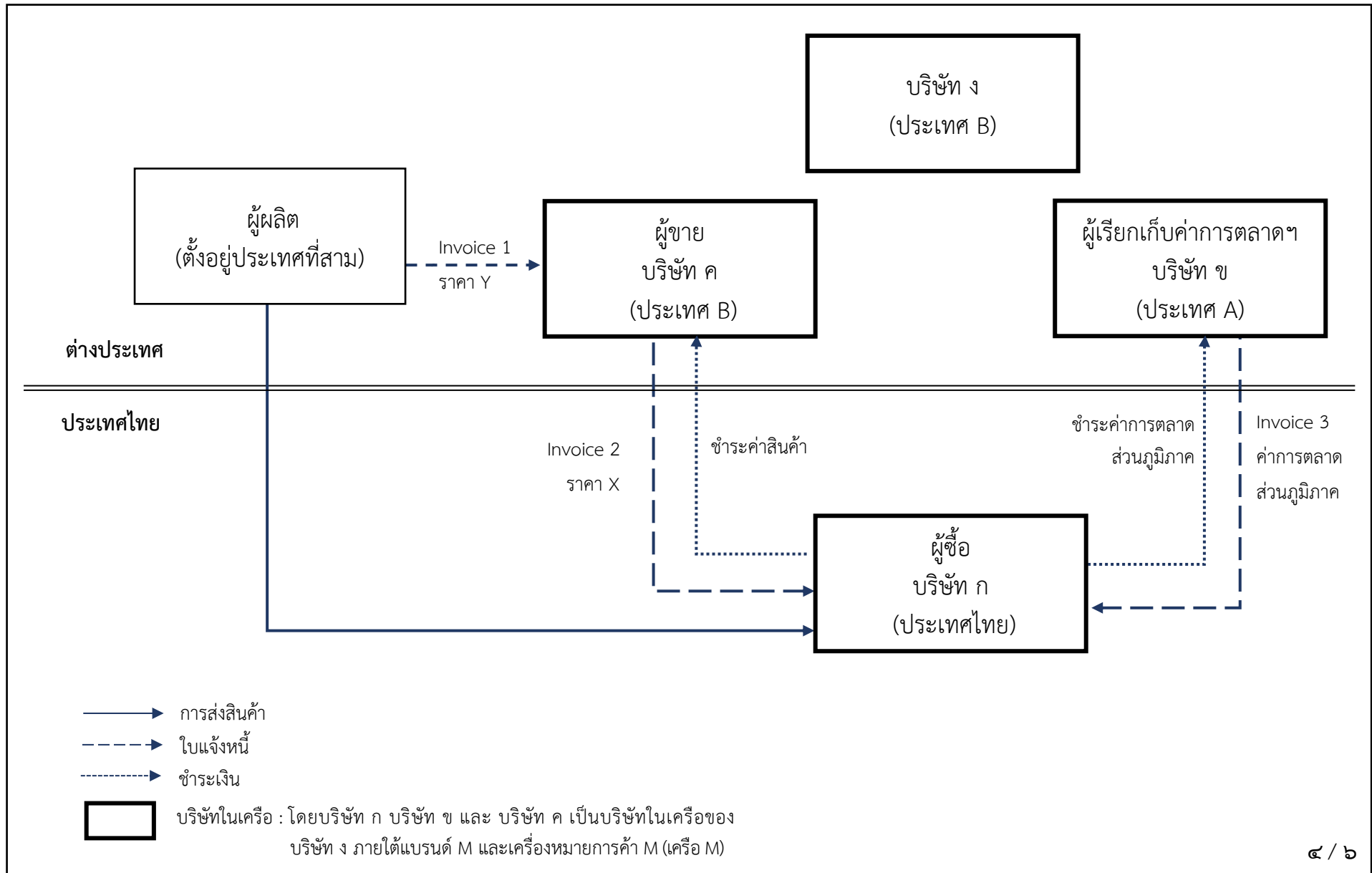
บริษัท ก (ประเทศไทย) ได้ยืนยันข้อมูลว่า

๑. หากบริษัท ก (ประเทศไทย) ละเมิดสัญญาการตลาดส่วนภูมิภาค หรือไม่ชำระค่าการตลาดส่วนภูมิภาค หรือชำระเพียงบางส่วน บริษัท ก (ประเทศไทย) ยังคงสามารถซื้อสินค้าจากบริษัท ค (ประเทศ B) ได้เช่นเดิม

๒. บริษัท ก (ประเทศไทย) ไม่มีการจัดทำสัญญาจัดซื้อในรูปแบบอื่นใดกับบริษัท ค (ประเทศ B) อีก

๓. บริษัท ค (ประเทศ B) ในฐานะผู้ขายสินค้าจะได้รับรายได้จากบริษัท ก (ประเทศไทย) จากธุรกรรม การซื้อขายสินค้าเท่านั้น ไม่ได้รับรายได้ใด ๆ เกี่ยวกับค่าการตลาดส่วนภูมิภาค เนื่องจากนิติสัมพันธ์ระหว่างบริษัท ก (ประเทศไทย) และบริษัท ค (ประเทศ B) จะเป็นไปตามกรอบสัญญาจัดซื้อเท่านั้น

รายละเอียดและการทำงานธุรกรรมการค้า



Part ๒ / ส่วนที่ ๒ : Answer/ผลการพิจารณา

๑. Customs' Opinion/การพิจารณา

ตามที่บริษัท ก (ประเทศไทย) ได้ยื่นแบบคำร้องขอให้กำหนดราคาศุลกากรล่วงหน้า กรณี “ค่าการตลาด ส่วนภูมิภาคต้องนำมารวมในราคาศุลกากรหรือไม่” นั้น

การกำหนดราคาศุลกากรโดยใช้ราคาซื้อขายของที่นำเข้าจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน **หมวด ๒ ของกฎกระทรวง การกำหนดและการใช้ราคาศุลกากร พ.ศ. ๒๕๖๐** โดยข้อ ๑๐ สรุปได้ว่าราคาซื้อขายของที่นำเข้าที่ใช้ในการกำหนดราคาศุลกากรจะต้องเป็นราคาที่ได้ชำระจริงหรือที่จะต้องชำระสำหรับของที่นำเข้านั้นเมื่อได้มีการขายเพื่อส่งออกมายังราชอาณาจักร และจะต้องมีการปรับราคาโดยนำรายการต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๑ - ๑๓ ของกฎกระทรวงฯ มารวมไว้ในราคาซื้อขายของที่นำเข้าด้วยเท่าที่รายการเหล่านั้นยังไม่ได้นำมารวมไว้

ประกอบกับหมายเหตุของมาตรา ๑ ข้อ ๒ ของความตกลงในการนำมาตรา ๗ ของความตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า ๑๙๙๔ มาถือปฏิบัติ ที่กำหนดไว้ว่า “การกระทำต่าง ๆ ที่ผู้ซื้อกระทำลงไปโดยค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อเอง นอกเหนือไปจากการกระทำต่าง ๆ ที่จะต้องมีการปรับราคาตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา ๘ แล้ว ไม่ถือว่าเป็นการชำระราคาทางอ้อมให้กับผู้ขาย ถึงแม้ว่าการกระทำเหล่านั้นอาจถือได้ว่าเป็นการกระทำเพื่อประโยชน์ของผู้ขายก็ตาม ดังนั้น ต้นทุนของการกระทำต่าง ๆ เหล่านี้ จะต้องไม่นำไปรวมกับราคาที่ได้ชำระจริงหรือราคาที่จะต้องชำระในการกำหนดราคาศุลกากรแต่อย่างใด” และหมายเหตุของ **มาตรา ๑ วรรค ๑ (ข) ข้อ ๒ ของความตกลงฯ** ที่กำหนดไว้ว่า “อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขหรือผลตอบแทนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือการตลาดของผู้นำเข้าจะต้องไม่เป็นเหตุให้ปฏิเสธราคาซื้อขาย ตัวอย่างเช่น กรณีที่ผู้ซื้อได้จัดเตรียมงานทางด้านวิศวกรรมและแบบแปลนซึ่งกระทำขึ้นในประเทศนำเข้า ไปให้ผู้ขาย เช่นนี้จะต้องไม่เป็นเหตุให้ปฏิเสธราคาซื้อขายตามความมุ่งหมายของมาตรา ๑ ในทำนองเดียวกัน หากผู้ซื้อได้กระทำการต่าง ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการตลาดของของนำเข้าโดยค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อเอง ถึงแม้ว่าจะเป็นข้อตกลงกับผู้ขายด้วยก็ตาม มูลค่าของการกระทำต่าง ๆ เหล่านี้ไม่ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของราคาศุลกากรและการกระทำต่าง ๆ ดังกล่าวย่อมไม่เป็นเหตุให้ปฏิเสธราคาซื้อขายด้วยเช่นกัน”

๒. Conclusion/ผลการวินิจฉัย

กรมศุลกากร ได้พิจารณาข้อกฎหมายประกอบกับเอกสาร/ข้อเท็จจริงที่ได้รับจากบริษัท ก (ประเทศไทย) แล้ว เห็นว่า การกำหนดราคาศุลกากรโดยวิธีราคาซื้อขายของที่นำเข้าจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน หมวด ๒ ของกฎกระทรวง การกำหนดและการใช้ราคาศุลกากร พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งกำหนดว่า ราคาซื้อขายของที่นำเข้า ที่ใช้ในการกำหนดราคาศุลกากรจะต้องเป็นราคาที่ได้ชำระจริงหรือที่จะต้องชำระสำหรับของที่นำเข้านั้นเมื่อได้มีการขาย เพื่อส่งออกมายังราชอาณาจักร “ราคาที่ได้ชำระจริงหรือที่จะต้องชำระ” ให้ความหมายรวมถึงการชำระราคาทั้งหมด ที่ได้กระทำไปแล้วจริงหรือที่จะต้องกระทำอันเป็นเงื่อนไขของการขายของที่นำเข้านั้น โดยผู้ซื้อต่อผู้ขายหรือ โดยผู้ซื้อต่อบุคคลที่สามเพื่อให้เป็นไปตามข้อผูกพันของผู้ขาย และจะต้องมีการปรับราคาโดยนำรายการต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๑ - ๑๓ ของกฎกระทรวงฯ มารวมไว้ในราคาซื้อขายของที่นำเข้าด้วย เท่าที่รายการเหล่านั้น ยังไม่ได้นำมารวมไว้

สำหรับการชำระ “ค่าการตลาดส่วนภูมิภาค” หากเป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายที่บริษัท ก (ประเทศไทย) ได้กระทำการต่าง ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการตลาดของของที่นำเข้าโดยค่าใช้จ่ายของบริษัท ก (ประเทศไทย) เอง ต้นทุนค่าใช้จ่ายของการกระทำเหล่านั้น ไม่ถือเป็นส่วนหนึ่งของราคาศุลกากร อย่างไรก็ตาม หากในอนาคต พบข้อเท็จจริงว่า การชำระค่าการตลาดส่วนภูมิภาคดังกล่าว เข้าข่ายรายการตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๑ - ๑๓ ของกฎกระทรวงฯ ก็จะต้องนำมารวมไว้ในราคาซื้อขายของที่นำเข้าด้วย