



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบันวิจัย

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

บทที่ 1 กรอบการวิจัย

1.1 หลักการและเหตุผล

จากการที่การส่งออกหรือการค้าระหว่างประเทศของไทย เป็นตัวแปรสำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทย ดังนั้น การเปิดเสรีทางการค้าทั้งในแบบพหุภาคีและทวิภาคีจึงมีความสำคัญและเป็นนโยบายที่ภาครัฐให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งประเทศต่างๆ ที่สำคัญทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศที่เป็นคู่ค้า หรือคู่แข่งของไทยได้ดำเนินนโยบายการเปิดเสรีในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และสำหรับประเทศไทยเองก็ได้ทำความตกลงการค้าเสรีกับหลายประเทศที่สำคัญ เช่น ไทย-ออสเตรเลีย ไทย-ญี่ปุ่น ซึ่งความตกลงต่างๆ ครอบคลุมทั้งการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจอื่น

โดยที่ยุทธศาสตร์การเปิดเสรีทางการค้า ย่อมมุ่งหวังให้ไทยและคู่เจรจาได้ขยายการค้าระหว่างกันซึ่งประเทศคู่เจรจาของไทยนั้น มีทั้งประเทศที่เป็นตลาดหลักของไทยอยู่แล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อาเซียน จีน หรือประเทศที่เป็นตลาดรองหรือคู่ค้าใหม่ที่สำคัญของไทย เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินเดีย เป็นต้น ซึ่งการส่งเสริม SMEs ให้สามารถส่งออกได้มากขึ้นในตลาดต่างๆ เหล่านี้จากการเปิดเสรีทางการค้า ไม่ว่าจะเป็นส่งออกสินค้าหรือบริการ จำเป็นต้องมีการให้ความรู้หรือข้อมูลทั้งในด้านการใช้สิทธิประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้า กฎเกณฑ์เรื่องแหล่งกำเนิดสินค้า รายละเอียดด้านปฏิทินการลดภาษี มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี และข้อมูลด้านการตลาดเชิงลึกสำหรับ SMEs ด้วย โดยเฉพาะข้อมูลในเรื่องมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีและข้อมูลด้านการตลาดเชิงลึกหรือช่องทางในการเข้าสู่ตลาดทั้งในด้านสินค้า บริการและการลงทุน ในประเทศคู่ตกลงนั้นเป็นเรื่องจำเป็นต้องศึกษาในรายละเอียด และเผยแพร่ต่อ SMEs ได้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง เพื่อที่จะสามารถรองรับการเปิดเสรีทางการค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม และเป็นประโยชน์สำหรับ SMEs ซึ่งมีศักยภาพแตกต่างจากผู้ส่งออกรายใหญ่ และยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ได้อย่างเต็มที่ ให้สามารถเข้าใจและสามารถใช้โอกาสอันจะเกิดจากการเปิดเสรีให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ และจะทำให้ประเทศไทยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการเปิดเสรีได้อีกทางหนึ่งด้วย



ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

งานวิจัยคือหัวใจของ

ความสำคัญของประเทศจีน

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน นับเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูง เนื่องด้วยขนาดของประเทศ จำนวนประชากร และบทบาททางเศรษฐกิจที่โดดเด่นมากขึ้นหลังจากประสบความสำเร็จจากการปฏิรูปเศรษฐกิจภายในประเทศและการเปิดประเทศตั้งแต่ปี ค.ศ.1979 และการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ในปี ค.ศ.2001

ในขณะนี้ เศรษฐกิจจีนมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก¹ จากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติของจีนและจากธนาคารโลก ในปี ค.ศ.2005 ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product: GDP) ของจีนมีมูลค่าสูงถึง 2.26 ล้านล้านเหรียญ สหรัฐ. และในเดือนมีนาคม ค.ศ.2006 จีนมีทุนสำรองเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 ของโลก ในปริมาณ 875,100 ล้านดอลลาร์

ทางด้านการค้า จีนได้เปรียบดุลการค้ากับทั่วโลกในปี ค.ศ.2005 มูลค่า 102,104.994 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 210.95 ในขณะที่เดียวกัน จีนยังเป็นประเทศผู้นำเข้าอันดับ 2 ของโลก โดยในปี ค.ศ.2005 มูลค่าการนำเข้าของจีนมีสัดส่วนร้อยละ 15.56 ของการนำเข้าในตลาดโลก มูลค่าประมาณ 660,221.766 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.73 จีนจึงเป็นประเทศที่มีบทบาทและอิทธิพลทางเศรษฐกิจทั้งในภูมิภาคเอเชียและในโลก

การจัดทำข้อตกลงเร่งลดภาษีไทย-จีนและข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน

เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน ค.ศ.2003 ประเทศไทยและจีนได้ร่วมลงนามในข้อตกลงเร่งลดภาษีการค้าในรายการสินค้าเร่งลดภาษี พิกัด HS 07-08 (ผักและผลไม้)² ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่

¹ จากรายงานของธนาคารโลก ประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่อันดับ 1-3 ของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (11.67 ล้านล้านเหรียญ สหรัฐ.) ญี่ปุ่น (4.62 ล้านล้านเหรียญ สหรัฐ.) และเยอรมนี (2.71 ล้านล้านเหรียญ สหรัฐ.)

² ชื่อเต็มของข้อตกลงฉบับนี้ ได้แก่ "Agreement between the Government of the Kingdom of Thailand and the Government of the People's Republic of China on Accelerated Tariff Elimination under the Early Harvest Program of the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between ASEAN and China"



งานวิจัยคือหัวใจของ
Thammasat University

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

วันที่ 1 ตุลาคม ค.ศ.2003 โดยสินค้าทั้งสองหมวดนี้ได้ถูกนำมาเร่งลดภาษีเงินเหลือศูนย์ก่อนประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ ที่จะเริ่มการลดภาษีกับจีนเช่นกันตามข้อตกลงเก็บเกี่ยวก่อน (Early Harvest) พิกัด HS 01-08 ซึ่งเริ่มในเดือนมกราคม ค.ศ.2004 ภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างจีนกับอาเซียน 10 ประเทศ

ลำดับเหตุการณ์ในการจัดทำข้อตกลงเอฟทีเออาเซียน-จีน

พ.ย. 2000	(อดีต) นายกรัฐมนตรีของจีน นายจู่ หรงจี เสนอต่อที่ประชุมสุดยอดอาเซียน-จีนให้มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างจีน-อาเซียน และต่อมากมีการตั้งคณะทำงาน ASEAN-China Expert Group on Economic Cooperation ทำการศึกษาตามมติผู้นำอาเซียน-จีน
พ.ย. 2002	ผู้นำอาเซียน-จีนลงนามร่วมมือจัดทำ Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between ASEAN and China เพื่อเปิดเสรีภายในปี ค.ศ. 2010 และ 2015
1 ม.ค. 2004	การลดภาษีตามแนวคิดเก็บเกี่ยวก่อน "Early Harvest" ของความร่วมมืออาเซียน-จีน เริ่มมีผลในสินค้าพิกัด HS 01-08
29 พ.ย. 2004	อาเซียน-จีนลงนามในความตกลงการค้าสินค้าภายใต้กรอบความร่วมมือเศรษฐกิจอาเซียน-จีน ซึ่งจะเริ่มมีผล 1 มกราคม ค.ศ.2005 และเริ่มลดภาษีระหว่างกัน 20 กรกฎาคม ค.ศ.2005

ผู้นำอาเซียนและจีนได้มีการลงนามในกรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน (Framework Agreement of ASEAN-China Comprehensive Economic Cooperation) เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน ค.ศ.2002 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการเจรจาจัดตั้งข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ASEAN-China Free Trade Agreement) เพื่อครอบคลุมทั้งการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจต่างๆ ซึ่งความตกลงนี้ได้ส่งผลให้มีการลดภาษีในรายการสินค้าเร่งลดภาษี (Early Harvest) ครอบคลุมสินค้าเกษตร พิกัด HS 01-08 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ.2004 (โดยข้อตกลงเร่งลดภาษีไทย-จีนในกลุ่มผัก-ผลไม้อยู่ภายใต้กรอบดังกล่าวนี้ด้วย)

ต่อมา ทั้งสองฝ่ายสามารถสรุปผลและลงนามในความตกลงการค้าสินค้าภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียนและจีน (Agreement on Trade in Goods of the Framework Agreement on Comprehensive Economic Co-operation between the ASEAN and



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบันวิจัย

ดร.อัษฎรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

China) หรือที่เรียกว่า “เอฟทีเออาเซียน-จีน” ในวันที่ 29 พฤศจิกายน ค.ศ.2004 ณ กรุงเทพมหานคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเริ่มลดภาษีสินค้าในกลุ่มสินค้าปกติ (Normal Track) เริ่มต้นตั้งแต่ปี ค.ศ.2005 เป็นต้นมา โดยคาดว่าจะลดอัตราภาษีให้เหลือร้อยละ 0 ภายในปี ค.ศ.2010

โดยเปรียบเทียบแล้ว ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีนฉบับนี้ได้ค่อยๆ เปิดเสรีโดยการลดภาษีนำเข้าลงอย่างเป็นขั้นเป็นตอน มิได้ลดลงเหลืออัตราศูนย์ทันทีอย่างเช่นข้อตกลงเร่งลดภาษีการค้าไทย-จีนในกลุ่มผักผลไม้ และสินค้าบางรายการที่ยังไม่พร้อมที่จะเปิดเสรีก็จะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่ม “สินค้าอ่อนไหว” (Sensitive List) และกลุ่มอ่อนไหวสูง (Highly Sensitive List) สำหรับแนวทางการลดภาษีสรุปในตารางดังนี้

แนวทางการลดภาษีสินค้าภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน

1. สินค้าปกติ (Normal List) เริ่มลดภาษีนำเข้าสินค้าทั่วไปในวันที่ 20 กรกฎาคม 2005 จนเหลือร้อยละ 0 ภายใน 5 ปี (ค.ศ.2010)
*สินค้าปกติอีกจำนวนหนึ่ง ไม่เกิน 150 รายการ สามารถที่จะยืดเวลาการยกเลิกภาษีต่อไปได้อีก 2 ปี (ค.ศ.2012)
2. สินค้าอ่อนไหว (Sensitive List) มีได้ไม่เกิน 400 รายการ และไม่เกินร้อยละ 10 ของมูลค่าการนำเข้า โดยจะเริ่มลดอัตราภาษีเหลือร้อยละ 20 ในปีที่ 7 (ค.ศ.2012) และเหลือ ร้อยละ 0-5 ในปีที่ 13 (ค.ศ.2018)
3. สินค้าอ่อนไหวสูง (Highly Sensitive List) มีได้ไม่เกิน 100 รายการ โดยจะต้องลดอัตราภาษีเหลือร้อยละ 50 ของอัตราเดิมในปีที่ 10 (ค.ศ.2015)

หลังจากที่ได้มีการลงนามในข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน รัฐบาลจีนได้ลดอัตราภาษีศุลกากรโดยเฉลี่ยจากสินค้าที่นำเข้าจากกลุ่มอาเซียนจากอัตราร้อยละ 9.9 ในปี ค.ศ.2005 เป็นร้อยละ 8.1 ในปี ค.ศ.2006 นอกจากนี้ อัตราภาษีศุลกากรโดยเฉลี่ยของสินค้าที่นำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนจะลดลงเหลือในอัตราร้อยละ 6.6 ในปี ค.ศ.2007 และร้อยละ 2.4 ในปี ค.ศ.2009 และภายในปี ค.ศ.2010 จีนจะสามารถลดภาษีศุลกากรสินค้าที่นำเข้าจากประเทศในกลุ่มอาเซียนได้ถึงร้อยละ 93 ของจำนวนสินค้าที่มีการค้าขายระหว่างกัน³

³ ข้อมูลจาก [China Daily](#) (25 July 2005).



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบันวิจัย

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

1.2 วัตถุประสงค์

- (1.) เพื่อศึกษาแนวทางและวิธีการเข้าสู่ตลาดประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศที่อยู่ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีนที่มีผลบังคับใช้แล้ว และเป็นประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่และมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่โดดเด่น
- (2.) เพื่อประเมินศักยภาพ และโอกาสในการเข้าสู่ตลาดในประเทศจีนของ SMEs ไทย และอุปสรรคหรือข้อจำกัดของ SMEs ในสาขาที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีของประเทศจีน
- (3.) เพื่อศึกษาข้อมูลด้านการทำตลาดส่งออกที่สำคัญ และจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดประเทศจีนจากการเปิดเสรีทางการค้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน ทั้งในเรื่องการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุน
- (4.) เพื่อเสนอแนะนโยบาย และแนวทางการปรับตัวสำหรับ SMEs เพื่อรองรับโอกาสด้านการค้าที่เพิ่มขึ้นภายหลังการเปิดเสรีทางการค้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน และรองรับผลกระทบจากมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีของประเทศจีนที่อาจเป็นอุปสรรคทางการค้า

1.3 กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์จากโครงการ

- (1.) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่สามารถใช้ข้อมูล ข้อเสนอ หรือแนวทางต่างๆ เพื่อการปรับตัวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น สามารถขยายการค้าโดยใช้สิทธิประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าได้อย่างจริงจัง
- (2.) หน่วยงานภาครัฐ ที่สามารถใช้ข้อมูลหรือแนวทางจากผลการศึกษาเพื่อกำหนดนโยบาย มาตรการหรือโครงการเพื่อการผลักดันหรือสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ได้รับประโยชน์เต็มที่จากการเปิดเสรีทางการค้า



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบันวิจัย

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

1.4 จุดเด่นของโครงการ

โครงการนี้เป็นการศึกษาเพื่อเป็นข้อมูลในเชิงรุกสำหรับ SMEs ในการดำเนินงานต่างๆ เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์หรือสามารถใช้โอกาสจากการเปิดเสรีทางการค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยให้นำเสนอในประเด็นต่างๆ ที่ควรรู้ในการขยายการค้าในประเทศไทยทำความเข้าใจความตกลงเขตการค้าเสรีด้วย เช่น เรื่องมาตรการทางการค้าต่างๆ ทั้งที่เป็นภาษี และไม่ใช่อภาษี กฎแหล่งกำเนิดสินค้า และช่องทางในการเข้าสู่ตลาด สำหรับกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพและโอกาสในประเทศเป้าหมายที่เลือก และสามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนสำหรับ สสว. และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องหรือดำเนินงานเพื่อสนับสนุนหรือส่งเสริม SMEs ให้สามารถเข้าสู่ตลาดภายหลังเปิด FTA ได้ต่อไป

1.5 ผลที่มุ่งหวัง

คาดว่า ผลการศึกษาของโครงการนี้จะช่วยให้ สสว. หน่วยงานรัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และกลุ่ม SMEs ได้รับองค์ความรู้และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- (1) องค์ความรู้เกี่ยวกับโอกาสหรือช่องทางการเข้าสู่ตลาดประเทศจีนและข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากมาตรการกีดกันการค้าที่ไม่ใช่ภาษีประเภทต่างๆ ของจีนโดยเฉพาะที่มีผลกระทบต่อ SMEs จากการเปิดเสรีทางการค้า
- (2) ยุทธศาสตร์และแนวทางการปรับตัวสำหรับ SMEs เพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีนอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในเชิงรุก คือ การขยายตลาดส่งออกของ SMEs และเชิงรับในด้านมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีของจีน



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบัน

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

1.6 พื้นที่เป้าหมายในการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทางคณะวิจัยได้เลือกพื้นที่เป้าหมาย ได้แก่ ประเทศไทย และประเทศจีน โดยเจาะลึกไปยัง 4 มณฑลและเมืองสำคัญในแต่ละมณฑล ดังนี้

1.6.1 มณฑลจีนชายฝั่งทะเลทางตะวันออก ได้แก่

- (1) มณฑลฝูเจี้ยน (ฮกเกี้ยน) ได้แก่ นครฝูโจว เมืองเซี่ยเหมิน

1.6.2 มณฑลจีนตะวันตก ได้แก่

- (1) มหานครฉงชิ่ง
- (2) มณฑลชื้อชววน (เสฉวน) ได้แก่ นครเฉิงตู
- (3) เขตปกครองตนเองกว่างซี (กวางสี) ได้แก่ นครหนานหนิง เมืองเป่ย์ไห่

4 มณฑลพื้นที่ศึกษา





งานวิจัยคือหัวใจของ
Thammasat University

ดร.อัษฎรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

1.6.3 ความสำคัญของมณฑลพื้นที่ศึกษาในประเทศจีน

มณฑลสำคัญทางเศรษฐกิจของจีนส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ซึ่งเป็นภูมิภาคสำคัญของจีนที่มีปริมาณการค้าระหว่างประเทศเป็นสัดส่วนสูง และมีการหลั่งไหลเข้ามาของการลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) จำนวนมาก เช่น มณฑลกว่างตง เจียงซู และเจ้อเจียง เป็นต้น ส่งผลให้มณฑลเหล่านี้มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และมีกลุ่มผู้บริโภคที่มีอำนาจซื้อสูงขึ้น

สำหรับมณฑลทางตะวันออกของจีนที่น่าจะมีการศึกษาวิจัยในเชิงลึกและมีศักยภาพในการเป็นตลาดเป้าหมายทางธุรกิจของ SMEs ไทย ได้แก่ **มณฑลฝูเจี้ยน** (ฮกเกี้ยน) ซึ่งอยู่ทางชายฝั่งตะวันออกของจีน ด้านตรงข้ามไต้หวัน มีท่าเรือขนส่งสินค้าที่สำคัญในนครฝูโจว เมืองเอกของมณฑล และเมืองเซี่ยเหมิน ซึ่งเป็น 1 ใน 4 เขตเศรษฐกิจพิเศษเริ่มแรกของจีน

ทั้งนี้ ฝูเจี้ยนเป็นมณฑลที่มีพื้นที่ไม่ใหญ่มาก (อันดับ 23 ของจีน) แต่มีชายฝั่งยาวเป็นอันดับ 2 ของประเทศ ขนาดเศรษฐกิจของมณฑลมีมูลค่าพอๆ กับเศรษฐกิจของประเทศอินโดนีเซีย (หากวัดในแง่ของ GDP) ทั้งๆ ที่มีขนาดของพื้นที่และจำนวนประชากรน้อยกว่ามาก (ราว 35 ล้านคน) ฝูเจี้ยนยังเป็นผู้ผลิตกลางการค้าเพื่อการส่งออกที่สำคัญแห่งหนึ่งของจีน มีมูลค่าการค้ามากติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศ

ฝูเจี้ยนเป็นมณฑลชายฝั่งของจีนที่ประสบความสำเร็จในแง่เศรษฐกิจ และมีการขยายตัวในระดับสูง จึงเป็นอีกมณฑลที่ SMEs ไทยควรเข้าไปแสวงหาโอกาสทั้งทางการค้าและการลงทุนต่อไป โดยเฉพาะ ชาวจีนในเมืองเซี่ยเหมิน ซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชั้นนำของจีน มีศักยภาพในการเป็นตลาดผู้บริโภคที่สำคัญสำหรับสินค้าของ SMEs ไทย ด้วยรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงเป็นอันดับต้นของประเทศ

ที่สำคัญ ในอดีตที่ผ่านมา ยังไม่ได้มีเอกสารผลการศึกษาที่เป็นภาษาไทยเกี่ยวกับข้อมูลเศรษฐกิจของฝูเจี้ยนในเชิงลึกมากนัก ทั้งๆ ที่เป็นมณฑลที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและตั้งอยู่ไม่ห่างจากประเทศไทยมากนัก รวมทั้งเป็นมณฑลที่มีการติดต่อค้าขายกับไทยมานาน และมีความสัมพันธ์ทางการเมืองและการทูตที่ใกล้ชิด โดยได้มีการเข้าไปตั้งสถานกงสุลไทยในเมืองเซี่ยเหมินมาตั้งแต่ปี 2005



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบันวิจัย

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

นอกเหนือจากมณฑลทางชายฝั่งแล้ว มณฑลทางตะวันตกของจีนก็ได้รับความสำคัญและมีบทบาททางเศรษฐกิจมากขึ้น โดยเฉพาะหลังจากที่รัฐบาลกลางของจีนได้ประกาศนโยบายพัฒนาภาคตะวันตก (ภาษาจีนเรียกว่า Xibu Da Kaifa หรือ Great Western Development Strategy) มาตั้งแต่ปี 2000 โดยการทุ่มเทงบประมาณและให้การส่งเสริมการค้าและการลงทุนกับต่างชาติ โดยคาดหวังว่า การติดต่อกับต่างชาติโดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน รวมทั้งไทย จะทำให้มณฑลตอนในเหล่านี้มีความตื่นตัวและสร้างความคึกคักทางธุรกิจมากขึ้น

สำหรับมณฑลทางตะวันตกที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับสูงและตั้งอยู่ไม่ห่างจากไทย ซึ่งควรจะมีการศึกษาวิเคราะห์ในเชิงลึกต่อไป ได้แก่ **มณฑลฉงชิ่ง** มณฑลน้องใหม่แห่งที่ 4 ของจีน มีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางของจีนตะวันตก โดยเฉพาะหลังจากที่มีการก่อสร้างเขื่อนซานเสี (Three Gorges Dam) ซึ่งเป็นเขื่อนขนาดใหญ่ที่สุดในโลก จะทำให้เรือเดินทะเลขนาดใหญ่สามารถล่องจากปากทางแม่น้ำฉางเจียงที่มณฑลชางไห่เข้าไปจนถึงตอนในโดยผ่านนครอู่ฮั่นในมณฑลหูเป่ย์และตรงไปยังฉงชิ่งได้

อีกมณฑลทางตะวันตกที่สำคัญ คือ **มณฑลชื้อชว่น** (เสฉวน) ซึ่งเป็นมณฑลที่มีภาคอุตสาหกรรมก้าวหน้าที่สุดและมีตลาดผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจีนตะวันตก จึงสามารถเป็นตลาดศักยภาพสำหรับสินค้าของ SMEs ไทย

ส่วนมณฑลชายแดนของจีนตอนในทางตะวันตกและตั้งอยู่ไม่ห่างจากไทยอีกแห่งที่สามารถเป็นจุดเชื่อมโยงเชิงยุทธศาสตร์สำคัญของไทยได้ คือ **เขตปกครองตนเองชนชาติจ้วงกว่างซี** (กว่างซี) ซึ่งมีความสำคัญมากขึ้นหลังจากที่รัฐบาลจีนได้ประกาศกว่างซีให้เป็น “ประตูสู่อาเซียน” มาตั้งแต่ปี 2003 และเป็นมณฑลเดียวของพื้นที่จีนตอนในที่มิทางออกทะเล โดยมีเรือน้ำลึกสำคัญหลายแห่ง เช่น ท่าเรือฝางเจิงและท่าเรือเป่ย์ไห่

โดยที่ผ่านมา การศึกษาในประเทศไทยจะมุ่งเน้นไปที่มณฑลยูนหนาน (ยูนนาน) ทำให้ละเลยไม่ได้ให้ความสำคัญกับกว่างซี ทั้งๆ ที่เป็นมณฑลชายแดนที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจมากขึ้น และเป็นอีกมณฑลที่ไทยสามารถให้เป็นตัวเชื่อมโยงการขนส่งและกระจายสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดจีน จึงควรมีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเศรษฐกิจของกว่างซีในเชิงลึกให้มากขึ้น



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบันฯ

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

นอกจากนี้ ในพื้นที่ศึกษาข้างต้น มีอยู่ 3 มณฑล คือ ผู้เจี้ยน ซื่อชวนและกว่างซี ที่ได้เข้าร่วมกลุ่มความร่วมมือระหว่างกันที่เรียกว่า **ความร่วมมือในเขตเศรษฐกิจลุ่มแม่น้ำจูเจียง หรือ กลุ่มฟานจู่ซานเจี้ยว (Pan-Pearl River Delta Regional Cooperation and Development Forum: PPRD)** โดยมีการลงนามความร่วมมือร่วมกับอีก 2 เขตบริหารพิเศษของจีน คือ ฮองกงและมาเก๊า รวมเรียกว่า “กลุ่มยุทธศาสตร์ 9+2”⁴ เมื่อเดือนมิถุนายน 2004

จากความสำคัญและปัญหาต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น จึงควรที่จะมีการศึกษาข้อมูลศักยภาพเศรษฐกิจของจีนในระดับมณฑล โดยเฉพาะมณฑลที่สำคัญและมีนัยสำหรับ SME ไทย ได้แก่ มณฑลผู้เจี้ยน มณฑลซื่อชวน มหานครฉงชิ่ง และเขตปกครองตนเองชนชาติจ้วงกว่างซี ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

⁴ สำหรับ 9 มณฑลจีนในกลุ่ม PPRD ประกอบด้วย 3 มณฑลชายฝั่งทะเล คือ มณฑลกว่างตง ผู้เจี้ยน และไห่หนาน 2 มณฑลตอนกลาง คือ มณฑลหูหนาน และเจียงซี และ 4 ทางตะวันตก คือ มณฑลซื่อชวน หยุนหนาน กุ้ยโจว และกว่างซี



งานวิจัยคือหัวใจของ
Thammasat University

ดร.อักษรสรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

1.7 กรอบการศึกษาวิจัย

1.7.1 แนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์มณฑลพื้นที่ศึกษา (Analytical Framework)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะนำแนวคิด Diamond Model ของ Michael E. Porter⁵ มาใช้เป็นแนววิเคราะห์หลักในการศึกษาข้อมูลของมณฑลพื้นที่ศึกษาในประเทศจีน เนื่องจากเป็นกรอบการวิเคราะห์ที่มีการพิจารณาประเด็นศึกษาอย่างรอบด้านและมองอย่างองค์รวม (holistic view) และมีความเป็นพลวัต และมีความยืดหยุ่น⁶ จึงมีความเหมาะสมในการนำมาปรับประยุกต์ใช้ศึกษา และวิเคราะห์สภาพและเงื่อนไขทางเศรษฐกิจของประเทศจีนและมณฑลของจีนที่มีความซับซ้อน และเพียงมีการนำระบบตลาดมาใช้ไม่นานจึงมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

แบบจำลอง Diamond Model ได้ให้ความสำคัญและคำนึงถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างเงื่อนไขและสภาพปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยพิจารณาจากตัวแปรสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่

- 1) เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
- 2) เงื่อนไขอุปสงค์ของสินค้าและบริการ (Demand Conditions)
- 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)
- 4) บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Context for Firm Strategy and Rivalry)

⁵ Michael E. Porter, *The competitive advantage of nations* (New York: Free Press, 1990).

⁶ รัฐบาลไทย โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้เคยนำกรอบวิเคราะห์ Diamond Model มาใช้ศึกษาวเคราะห์สภาพเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นการศึกษา ร่วมกับคณะวิจัยของ Prof.Dr. Michael E. Porter ภายใต้โครงการชื่อ "โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย" <http://www.nesdb.go.th/national/competitiveness/cdo.php>, 20 ตุลาคม 2546.



ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

งานวิจัยคือหัวใจของ แต่แต่ละตัวแปรจะประกอบไปด้วยปัจจัยย่อยที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกัน และสามารถมีปฏิสัมพันธ์และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน

นอกจากนี้ ยังมีการนำอีก 2 ตัวแปรภายนอก คือ บทบาทของรัฐบาล (Government) และตัวแปรที่อาจจะเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดที่เรียกว่า Chance factor มาร่วมวิเคราะห์ในแบบจำลอง Diamond Model ด้วย

ดังนั้น แบบจำลอง Diamond Model จึงนับว่ามีจุดเด่นและมีความเหมาะสมในการนำมาเป็นกรอบวิเคราะห์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ทั้งนี้ ในการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของพื้นที่ศึกษาในประเทศจีนในงานวิจัยชิ้นนี้ จะมีการปรับประยุกต์จากแบบจำลอง Diamond Model เพื่อความเหมาะสมและเพื่อให้สอดคล้องกับโจทย์ในการศึกษาวิจัย โดยจะเน้นตัวบ่งชี้หลักในการวิเคราะห์พื้นที่ศึกษาแต่ละแห่ง เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพทางเศรษฐกิจ ดังนี้

1) เงื่อนไขด้านปัจจัยของแต่ละพื้นที่ศึกษา (Factor Conditions)⁷

ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านปัจจัยของของแต่ละพื้นที่ศึกษา ครอบคลุมประเด็นต่างๆ เช่น

- ทำเลที่ตั้ง ขนาดพื้นที่ ภูมิประเทศ
- ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น วัตถุุดิบจากธรรมชาติ
- โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ในด้านปริมาณและคุณภาพ เช่น
 - เส้นทางคมนาคม
 - > ทางบก (ถนน/ รถไฟ)
 - > ทางน้ำ (เส้นทางเดินเรือ ท่าเรือน้ำลึก)
 - > ทางอากาศ (สนามบิน เส้นทางการบิน จำนวนครั้งในการลงจอด)

⁷ Porter ได้แบ่งเงื่อนไขด้านปัจจัยออกเป็นประเภทต่างๆ เช่น ปัจจัยพื้นฐาน (basic factors) / ปัจจัยทั่วไป (generalized factors) และ ปัจจัยที่ถูกสร้างขึ้น (advanced factors) / ปัจจัยเฉพาะ (specialized factors).



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบันวิจัย

ดร.อัษฎรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

2) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ของแต่ละพื้นที่ศึกษา (Demand Conditions)

ในการพิจารณาเงื่อนไขด้านอุปสงค์ของแต่ละพื้นที่ศึกษา ครอบคลุมประเด็นต่างๆ เช่น

- จำนวนประชากร และกลุ่มผู้บริโภคที่มีอำนาจซื้อ เช่น กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติ และบริษัทต่างประเทศ
- ระดับรายได้ต่อหัวต่อปี (เขตเมือง เขตชนบท)
- รสนิยม รูปแบบการบริโภค

3) อุตสาหกรรมหลักของพื้นที่ศึกษา (Core Industries) และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นพิจารณา เช่น

- ข้อได้เปรียบเรื่องต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมดังกล่าว เช่น แหล่งวัตถุดิบ แรงงาน ตลอดจนเทคโนโลยี และการบริหารจัดการ
- การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ในอุตสาหกรรมดังกล่าว
- ความสามารถในการส่งออกผลผลิตจากอุตสาหกรรมดังกล่าว
- นโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดังกล่าว เช่น นโยบายและการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรม การให้สิทธิพิเศษต่างๆ การจัดทำเป็นพื้นที่พิเศษในมณฑล เช่น เขตนิคมอุตสาหกรรม เขตปลอดภาษี เขตพัฒนาทางเกษตร เป็นต้น

4) บริบทและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของพื้นที่ศึกษา (Business Context)

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบริบทและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมณฑลพื้นที่ศึกษา เช่น



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบันวิจัย

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

ปัจจัยด้านนโยบายและการเปิดกว้างและพัฒนา/ปฏิรูประบบเศรษฐกิจซึ่งมีผลต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

- กฎหมาย กฎระเบียบและปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อภาคธุรกิจ
- บทบาทและการเข้ามาของบรรษัทข้ามชาติ และการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) เป็นต้น

ทั้งนี้ เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่ภาครัฐมีบทบาทในทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างสูง จึงจะเน้นศึกษาบทบาทและเครื่องมือทางนโยบายและมาตรการของรัฐ (Role of Government) ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อการค้าและการลงทุนของธุรกิจต่างชาติเป็นอีกตัวบ่งชี้ที่สำคัญด้วย เช่น

- การเปิดเสรีและนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ทั้งในระดับทวิภาคีและระดับภูมิภาค
- นโยบายส่งเสริมการลงทุน
- การอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมหรือการติดต่อระหว่างประเทศ

หลังจากนั้นจะนำทวิเคราะห์ภาคเศรษฐกิจใน 4 มณฑลของประเทศจีน มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีทางการตลาดต่างๆ

1.7.2 แนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดจีน (Analytical Framework)

- ทฤษฎีทางการตลาดต่างๆ อาทิเช่น แนวทฤษฎีของความชำนาญพิเศษ (Specialization), พันธมิตรด้านกลยุทธ์ (Strategic Alliances), กลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation), การเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning), กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาด (Marketing mixes) และการสร้างตราสินค้า (Branding) เป็นต้น



งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบันวิจัย

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

ทฤษฎีด้านการตลาดที่นำมาใช้	สาเหตุที่นำมาใช้	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
ความชำนาญพิเศษ (Specialization)	เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs มีทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตหรือให้บริการที่จำกัด การรวมกลุ่มวิสาหกิจของผู้ประกอบการที่มีความชำนาญเป็นพิเศษด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ชำนาญในการแปรรูปอาหาร เป็นต้น เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดผลิตภาพ (Productivity) เพิ่มสูงขึ้น มีอำนาจต่อรองเพิ่มขึ้น และเกิดเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันสืบเนื่องตามหลักการของ Competitive Advantage	เป็นหนึ่งในเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตหรือกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ SMEs ที่เหมาะสมในการเข้าสู่แต่ละพื้นที่ของ 4 มณฑลในประเทศไทย
พันธมิตรด้านกลยุทธ์ (Strategic Alliances)	เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ไม่สามารถที่จะดำเนินธุรกิจได้อย่างครบวงจรเองตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ การร่วมมือ เป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการกลุ่มอื่นไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการในประเทศหรือต่างประเทศ ที่มีความชำนาญในแต่ละด้านเป็นอีกกลยุทธ์ที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้	<ul style="list-style-type: none"> - หลักเกณฑ์ในการพิจารณาพันธมิตรในแต่ละอุตสาหกรรมและในแต่ละพื้นที่ - รูปแบบที่เหมาะสมในการร่วมมือกับพันธมิตรในแต่ละอุตสาหกรรม และในแต่ละพื้นที่
กลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)	จากความแตกต่างในลักษณะของภูมิศาสตร์, ลักษณะของประชากร, รสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละมณฑล	ส่วนของตลาด (Segmentation) ที่ผู้ประกอบการ SMEs ไทยในแต่ละอุตสาหกรรม มีศักยภาพที่จะเข้าไป



งานวิจัยคือหัวใจของ	ของจีน ทำให้การเลือกส่วนของตลาดในแต่ละอุตสาหกรรม ในแต่ละพื้นที่ เป็นอีกกลยุทธ์ที่จะทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยสามารถแข่งขันได้อย่างมีศักยภาพ	แข่งขันในแต่ละพื้นที่ หรือการสร้างส่วนของตลาด (Segmentation) ใหม่ที่สามารถตอบสนองลูกค้าในแต่ละพื้นที่ได้ตรงกับความต้องการมากกว่าในปัจจุบัน
---------------------	---	--

ทฤษฎีด้านการตลาดที่นำมาใช้	สาเหตุที่นำมาใช้	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
การเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)	ในแต่ละส่วนของตลาด (Segmentation) ประกอบด้วยลูกค้าเป้าหมายอยู่หลายกลุ่ม การแข่งขันด้วยทรัพยากรอันจำกัดของผู้ประกอบการ SMEs ไทย จึงควรเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าไปดำเนินการแข่งขันได้	กลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทยในแต่ละอุตสาหกรรม มีศักยภาพที่จะเข้าไปแข่งขันในแต่ละพื้นที่
การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)	ในการสื่อสารการตลาดถึงจุดขายในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จะเป็นตัวกำหนดทิศทางในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - การกำหนดภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ - ลักษณะของการสื่อสารถึงจุดขายในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ
กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing mixes)	กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดหรือที่รู้จักกันทั่วไป คือ 4'Ps อันได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ (Product), ช่องทางการจำหน่าย (Place), ระดับราคา (Price) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นกลยุทธ์หลักที่จะใช้ในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมในแต่ละอุตสาหกรรมในแต่ละพื้นที่ เช่น ขนาด, รสชาติ, บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ เป็นต้น - ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมในแต่ละอุตสาหกรรมในแต่ละพื้นที่ เช่น การขายในห้างสรรพสินค้า,
การสร้างตราสินค้า (Branding)	ในการสร้างความจงรักภักดี (Loyalty) ในตัวสินค้าหรือบริการในระยะยาว	<ul style="list-style-type: none"> - แนวทางการตั้งชื่อตราสินค้า (ชื่อไทย, ชื่อจีนหรือชื่อภาษาอังกฤษ)



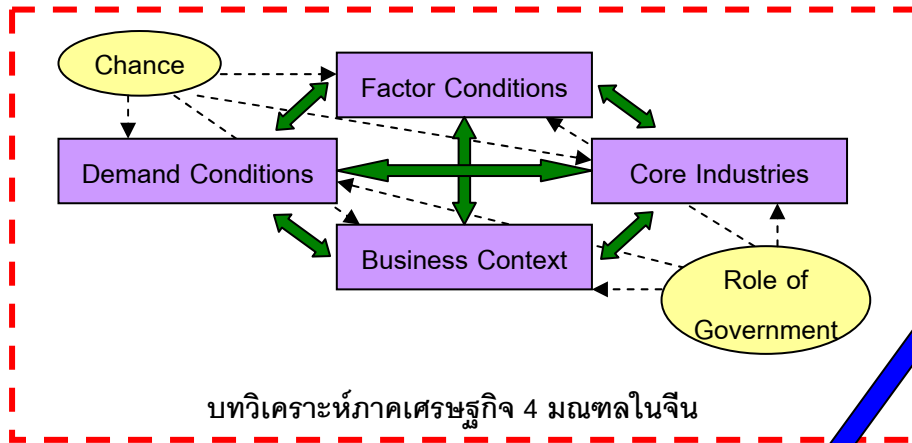
ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

งานวิจัยคือหัวใจของ		การสร้างตราสินค้าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงบุคลิกของตราสินค้า - แนวทางในการสื่อสารด้านตราสินค้าผ่านสื่อต่างๆที่เหมาะสมในแต่ละมณฑลเป้าหมาย
---------------------	--	---	---

- บทวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ อาทิเช่น จุดแข็ง/จุดอ่อนของผู้ประกอบการไทยในการรุกสู่ตลาดจีน, มาตรฐานของสินค้าและบริการ, ปัญหาที่พบในการส่งออกสินค้า, มุมมองด้านการเข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศจีน เป็นต้น
- โอกาสที่จะใช้ประโยชน์จากข้อตกลงเขตเสรีการค้าอาเซียน-จีน (FTA อาเซียน-จีน) อาทิเช่น ประเภทสินค้าและบริการของ SMEs ที่ได้รับประโยชน์จากข้อตกลงดังกล่าว, จำนวนและระยะเวลาในการลดภาษี เป็นต้น

หลังจากที่วิเคราะห์ผลจากทั้ง 4 ส่วนดังที่ได้กล่าวมาในข้างต้น จะได้บทวิเคราะห์ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเข้าสู่ตลาดในพื้นที่ 4 มณฑลของประเทศจีน หลังจากเปิดใช้ข้อตกลงเขตเสรีการค้าอาเซียน-จีน (FTA อาเซียน-จีน)

ซึ่งกรอบแนวคิดทั้งหมดสามารถแสดงโดยแบบจำลองแนวคิด ดังต่อไปนี้



โอกาสที่จะใช้ประโยชน์จากข้อตกลงเขตเสรีการค้าอาเซียน-จีน (FTA อาเซียน-จีน)

แนวทฤษฎีของความชำนาญพิเศษ (Specialization)

- ทฤษฎีด้านการตลาดที่นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์**
- พันธมิตรด้านกลยุทธ์ (Strategic Alliances)
 - กลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)
 - การเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)
 - การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)
 - กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing mixes)
 - การสร้างตราสินค้า (Branding)

วิเคราะห์ผล

กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเข้าสู่ตลาดในพื้นที่ 4 มณฑลของประเทศจีน หลังจากเปิดใช้ข้อตกลงเขตเสรีการค้าอาเซียน-จีน (FTA อาเซียน-จีน)

- บทวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์**
- จุดแข็ง/จุดอ่อนของผู้ประกอบการไทยในการรุกตลาดจีน
 - มาตรฐานของสินค้าและบริการ
 - ปัญหาที่พบในการส่งออกสินค้า
 - มุมมองด้านการเข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศจีน

- การวิจัยโดยการสัมภาษณ์**
- ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย
 - ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศจีน



งานวิจัยคือหัวใจของ

1.7.3 นิยามของ SMEs

ในการศึกษาครั้งนี้จะนิยามขอบเขตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามการนิยามของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

ประเภทกิจการ	วิสาหกิจขนาดย่อม		วิสาหกิจขนาดกลาง	
	การจ้างงาน	มูลค่าสินทรัพย์ถาวร	การจ้างงาน	มูลค่าสินทรัพย์ถาวร
กิจการผลิต	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	50-200 คน	เกิน 50 -200 ล้านบาท
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	26-50 คน	เกิน 50 -100 ล้านบาท
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 30 ล้านบาท	16-30 คน	เกิน 30 - 60 ล้านบาท
กิจการบริการ	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	51-200 คน	เกิน 50 -200 ล้านบาท

หมายเหตุ ในกรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง หรือมีจำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะวิสาหกิจขนาดกลาง แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม ให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นกิจการที่คนไทยเป็นเจ้าของ หรือ มีหุ้นเกินกว่ากึ่งหนึ่ง และมีอำนาจในการบริหารธุรกิจเป็นของตนเอง (ไม่ใช่การซื้อแฟรนไชส์ของต่างประเทศหรือบริษัทขนาดใหญ่ ที่มีการวางระบบการจัดการ และการตลาดจากส่วนกลาง)

1.7.4 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ ซึ่งเน้นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกิดจากประสบการณ์ตรงของผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยการสัมภาษณ์แบบบุคคลต่อบุคคล (Face-to-Face Interview) และสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Survey) ตลอดจนข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) อื่นๆจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, บริษัทนำเข้าและส่งออกสินค้าจากไทยไปจีน เป็นต้น โดยเป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นตั้งแต่ สถิติการนำเข้า และส่งออก นโยบายของรัฐบาลไทยและรัฐบาลจีนที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงการค้าเสรี รวมทั้งการสังเกตการณ์จากสถานที่จริง (Observation) เพื่อศึกษาในรายละเอียดถึงสถานการณ์ วิธีการดำเนินงาน และปัญหา/อุปสรรคต่างๆ ของการเข้าสู่ตลาดประเทศจีน



งานวิจัยคือหัวใจของ
มหาวิทยาลัย

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

1.8 ขั้นตอนการทำงาน

ศึกษาวิจัยเอกสาร (Documentary Research) งานวิจัย บทความ
และตัวเลขทางสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน



สำรวจและเก็บข้อมูลปฐมภูมิและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศไทย
รวมถึงผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและมีประสบการณ์ในด้านการค้ากับประเทศจีน
ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ



เดินทางไปสำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนามที่ประเทศจีนในพื้นที่ 4 มณฑล เพื่อทำการสำรวจ
สัมภาษณ์ผู้ชำนาญการที่เกี่ยวข้องหรือประกอบธุรกิจในประเทศจีน และเก็บข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาที่ได้รับจากเอกสาร, การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในประเทศไทยและ
ผู้ชำนาญการที่เกี่ยวข้องหรือประกอบธุรกิจจากประเทศจีน และจากการลงพื้นที่สำรวจจริง



สรุปและจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์



จัดสัมมนาเพื่อนำเสนอรายงานฉบับสมบูรณ์
และระดมสมองร่วมกับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 200 ราย



นำผลที่ได้รับจากการสัมมนา มาเพิ่มเติม
และแก้ไขเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์



งานวิจัยคือหัวใจของ
Thammasat University

ดร.อัชพรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

1.9 ขอบเขตการศึกษา

- (1.) รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทางเศรษฐกิจของมณฑลพื้นที่ศึกษาในประเทศจีน พร้อมกับนโยบาย และมาตรการต่างๆ ของรัฐบาลจีนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่างชาติ ทั้งด้านการค้าและการลงทุน โดยเน้นข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณ และวิเคราะห์ภาพรวมของมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีประเภทต่างๆ
- (2.) รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ที่จำเป็นในด้านศักยภาพทางการตลาดของมณฑลเป้าหมายในประเทศจีนสำหรับ SMEs ไทย และช่องทางหรือวิธีการในการเข้าสู่ตลาดจีนสำหรับ SMEs โดยเน้นกรณีศึกษาทั้งด้านการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุน โดยเฉพาะโอกาสหรือข้อจำกัดที่เป็นผลจากการเปิดเสรีการค้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน
- (3.) นำเสนอข้อเสนอแนะนโยบายและแนวทางการปรับตัวสำหรับ SMEs ต่อโอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการเปิดเสรีทางการค้าตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน และมาตรการทางการค้าต่างๆ ของประเทศจีน
- (4.) จัดให้มีกิจกรรมในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มสาขาที่เกี่ยวข้อง

1.10 ระยะเวลาดำเนินการและแผนดำเนินการ

ภายใต้ระยะเวลาดำเนินโครงการประมาณ 6 เดือน คณะวิจัยจะเริ่มการศึกษาโดยการจัดเก็บข้อมูลจากหน่วยราชการไทย เช่น กรมศุลกากร, กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น โดยเป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นตั้งแต่ สถิติการนำเข้า และส่งออก นโยบายของรัฐบาลไทยและรัฐบาลจีนที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงการค้าเสรี รวมทั้งทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการค้ากับประเทศจีน นโยบาย และกฎระเบียบต่าง ๆ ของจีนที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนและค้าขายระหว่างประเทศ โดยขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยมีดังนี้



งานวิจัยคือหัวใจของ
ความสำเร็จ

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

การดำเนินงาน	เดือนที่					
	1	2	3	4	5	6
1. ศึกษาวิจัยเอกสาร (Documentary Research) งานวิจัย บทความ และตัวเลขทางสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการค้าระหว่างประเทศ ไทยและประเทศจีน ในมุมมองของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม						
2. ส่งรายงานการศึกษาเบื้องต้น (Inception Report) (วันที่ 16 มิ.ย. 50)						
3. สำรวจและเก็บข้อมูลปฐมภูมิและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศไทย รวมถึงผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและมีประสบการณ์ในด้านการค้ากับประเทศจีนทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ ซึ่งเน้นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกิดจากประสบการณ์ตรงของผู้ให้สัมภาษณ์ ตลอดจนข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาในรายละเอียดถึงสถานการณ์ วิธีการดำเนินงาน และปัญหา/อุปสรรคต่างๆ ของการเข้าสู่ตลาดประเทศจีน						
4. ส่ง Progressive Report (วันที่ 16 ก.ค. 50)						
5. เดินทางไปสำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนามที่ประเทศจีน ร่วมกับเจ้าหน้าที่ของทางสสว. รวมถึงสัมภาษณ์ผู้ชำนาญการที่เกี่ยวข้องหรือประกอบธุรกิจในประเทศจีน รวม 2 ครั้ง (วันที่ 30 ก.ค.-4 ส.ค. และวันที่ 8-14 ส.ค. 50)						
6. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา สัมภาษณ์ และการสำรวจภาคสนามรายมณฑล						
7. สรุปผล จัดทำร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (วันที่ 24 ต.ค.50)						
8. จัดสัมมนาให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการ SMEs (วันที่ 31 ต.ค.50)						
9. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมมนามาเพิ่มเติมและแก้ไขรายงาน เพื่อจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (วันที่ 13 พ.ย.50)						



ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

งานวิจัยคือหัวใจของ
สถาบัน