



สถาบันระหว่างประเทศ
เพื่อการค้าและการพัฒนา



จีน

หนึ่งประเทศ
หลายมณฑล
หลากกฎเกณฑ์

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา
International Institute for Trade and Development



ส่วนหนึ่งของ โครงการศึกษา “โอกาส ปัญหา และอุปสรรคทางการค้าในการเข้าสู่ตลาดจีน
อันเป็นผลมาจากการเปิดเสรีการค้าอาเซียน-จีน โดยเจาะลึกเป็นรายมณฑล”
เสนอ

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

จีน : หนึ่งประเทศ หลายมณฑล หลากกฎเกณฑ์



โดย

ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

ตุลาคม 2549

รายชื่อ คณะนักวิจัยและที่ปรึกษา

คณะที่ปรึกษาโครงการ

1. นายเกริกไกร จีระแพทย์

ผู้อำนวยการบริหาร สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

2. นายวิบูลย์ ตั้งกิตติภากรณ์

ประธานกรรมการ บริษัทที่ปรึกษากฎหมายฟาร์อีสต์ จำกัด

ผู้อำนวยการบริหารโครงการ

ดร. สมจินต์ สันถาวรรัช

รองผู้อำนวยการสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

คณะนักวิจัย

1. ดร. อักษรรศรี พานิชสาส์น

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หัวหน้าคณะนักวิจัย

2. อ. ธาณี ชัยวัฒน์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นักวิจัย

3. นางสาวจุฬวดี วรศักดิ์โยธิน

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

นักวิจัย

4. นางสาวอวยพร สุทธาทองไทย

นักวิจัย

5. นางสาวอมรมาศ จิตรรังสรรค์

นักวิจัยผู้ช่วยและล่าม

เกริ่นนำ

รายงานวิจัย “จีน: หนึ่งประเทศ หลายมณฑล หลากกฎเกณฑ์” เป็นส่วนหนึ่งของโครงการศึกษาวิจัย “โอกาส ปัญหา และอุปสรรคทางการค้าในการเข้าสู่ตลาดจีน อันเป็นผลมาจากการเปิดเสรีการค้าอาเซียน-จีน โดยเจาะลึกเป็นรายมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเศรษฐกิจจีนเน้นข้อมูลเชิงลึกในระดับมณฑล โดยครอบคลุมพื้นที่ศึกษาทั้งสิ้น 18 มณฑล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างไทยและมณฑลพื้นที่ศึกษา และศึกษาสินค้าที่เป็นผลประโยชน์ของไทยในการค้าขายกับมณฑลจีนภายใต้กรอบข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน รวมทั้งศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาการเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมบริการของจีน ได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมขนส่ง/โลจิสติกส์ โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

คณะนักวิจัยศึกษาวิเคราะห์ โดยวิธีวิจัยเอกสาร (documentary research) โดยเฉพาะเอกสารรายงาน China Statistical Yearbook 2005 และ Provincial Statistical Yearbook 2005 ของพื้นที่ศึกษาทั้ง 18 มณฑล ตลอดจนการจัดซื้อข้อมูลสถิติการค้าระหว่างมณฑลจีน-ไทยจากหน่วยงาน General Administration of Customs ของจีนด้วยความอนุเคราะห์ในการประสานงานโดยสำนักงานพาณิชย์ ณ กรุงปักกิ่ง และการจัดจ้างนักวิชาการชาวจีนเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลในบางด้าน รวมทั้งการเดินทางไปเก็บข้อมูลภาคสนาม (field research) ในพื้นที่ศึกษาในประเทศจีนรวม 12 มณฑล ดังนี้ (1) มหานครเป่ย์จิง (ปักกิ่ง) (2) มหานครชางไห่ (เซี่ยงไฮ้) (3) มหานครเทียนจิน (เทียนสิน) (4) มณฑลซานตง ได้แก่ เมืองชิงเต่า (5) มณฑลเจ้อเจียง ได้แก่ นครหางโจว เมืองหนิงโป และเมืองอู่ฮู (6) มณฑลกวางตุ้ง (กวางตุ้ง) ได้แก่ เมืองเซินเจิ้น เมืองจูไห่ และเมืองตงก่วน (7) มณฑลเหอหนาน ได้แก่ เมืองต้าเหลียน (8) มณฑลหูหนาน ได้แก่ นครฉางซา (9) มณฑลเจียงซี ได้แก่ นครหนานชาง (10) มหานครฉงชิ่ง (11) เขตปกครองตนเองกว่างซี (กวางสี) ได้แก่ นครหนานหนิง เมืองหลิวโจว และเมืองกุ้ยหลิน และ (12) มณฑลเจียงซู ได้แก่ นครหนานจิง เมืองอู่ซี และเมืองฉางโจว

คณะวิจัยขอขอบคุณหน่วยงานต่างๆ และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และเป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาวิจัย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อรายงานวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง และหวังว่า ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการจีนศึกษาในประเทศไทยและสาธารณชนโดยทั่วไป เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเศรษฐกิจของประเทศจีนในระดับมณฑลมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ด้วยข้อจำกัดในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะข้อจำกัดด้านเวลาในการศึกษาวิจัยเพียง 8 เดือนเศษ ผลการวิจัยจึงอาจจะยังไม่สมบูรณ์เพียงพอ อย่างไรก็ตาม คณะวิจัยหวังว่าผลการศึกษาชิ้นนี้จะเป็นพื้นฐานและเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย-จีนในอนาคต ตลอดจนเป็นข้อมูลสำหรับภาคเอกชนในการค้าขาย การลงทุน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศจีนต่อไป

ดร.อภัยรศรี พานิชสาส์น และคณะนักวิจัย

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

ตุลาคม 2549

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
จีน: หนึ่งประเทศ หลายมณฑล	1
มณฑลไหนของจีน คือ คู่ค้าของไทย	11
จีน: หนึ่งประเทศ หลากหลายกฎเกณฑ์	67
ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	81
ภาคผนวก 1 โครงการศึกษาวิจัย	91
ภาคผนวก 2 ข้อมูลสำคัญทางเศรษฐกิจของจีน ปี 2004	93
ภาคผนวก 3 ข้อมูลสำคัญทางเศรษฐกิจและการค้าของ 18 มณฑลจีน	94
เอกสารอ้างอิง	98
ประวัตินักวิจัย	103

รายงานวิจัย

“จีน: หนึ่งประเทศ หลายมณฑล หลากกฎเกณฑ์”

ส่วนหนึ่งของ โครงการศึกษา “โอกาส ปัญหา และอุปสรรคทางการค้าในการเข้าสู่ตลาดจีน

อันเป็นผลมาจากการเปิดเสรีการค้าอาเซียน-จีน โดยเจาะลึกเป็นรายมณฑล”

เสนอ สำนักงานเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

1. จีน: หนึ่งประเทศ หลากหลายมณฑล
2. มณฑลใหญ่ของจีน คือ คู่ค้าของไทย
3. จีน: หนึ่งประเทศ หลากหลายกฎเกณฑ์
4. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

1. จีน: หนึ่งประเทศ หลากหลายมณฑล

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

ทางด้านการค้า จีนได้เปรียบดุลการค้ากับทั่วโลกในปี 2005 มูลค่า 102,104.994 ล้านดอลลาร์. เพิ่มขึ้นร้อยละ 210.95 โดยได้เปรียบดุลการค้ากับสหรัฐอเมริกา เป็นอันดับหนึ่ง มูลค่า 114,203.746 ล้านดอลลาร์. ในขณะเดียวกัน จีนยังเป็นประเทศผู้นำเข้าอันดับ 2 ของโลก โดยในปี 2005 มูลค่าการนำเข้าของจีนมีส่วนร้อยละ 15.56 ของการนำเข้าในตลาดโลก มูลค่าประมาณ 660,221.766 ล้านดอลลาร์. เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.73 จีนจึงเป็นประเทศที่มีบทบาทและอิทธิพลทางเศรษฐกิจทั้งในภูมิภาคเอเชียและในโลก

สถานการณ์การค้าไทย-จีน

สำหรับประเทศไทย การค้าระหว่างประเทศกับจีนมีความสำคัญมากขึ้น ในปี 2005 การค้าระหว่างไทย-จีนมีมูลค่า 20,343.20 ล้านดอลลาร์. คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 8.9 ของการค้ารวมของไทย แบ่งเป็นการส่งออก 9,183.40 ล้านดอลลาร์. และการนำเข้า 11,159.80 ล้านดอลลาร์.

ด้านสถานะการค้า จีนจัดเป็นตลาดส่งออกอันดับ 3 ของไทย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 8.28 ของมูลค่าการส่งออกของไทย และการส่งออกไปจีนขยายตัวร้อยละ 29.1 ส่วนด้านการนำเข้า จีนได้ก้าวขึ้นเป็นแหล่งนำเข้าลำดับที่ 2 ของไทย สัดส่วนประมาณร้อยละ 9 ของการนำเข้ารวมของไทย และขยายตัวราวร้อยละ 37.0 ทั้งนี้ ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา ไทยเป็นฝ่ายเสียเปรียบดุลการค้ากับจีนมาโดยตลอด ในปี 2005 ไทยขาดดุลจีนมีมูลค่าสูงถึง 1976.4 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ.

ตารางที่ 1

สถิติการค้าระหว่างไทยกับจีน ตั้งแต่ปี 1994-2005

(มูลค่า: ล้านดอลลาร์ สหรัฐ.)

ปี	ปริมาณการค้ารวม			ไทยส่งออก		ไทยนำเข้า		ดุลการค้า
	มูลค่า	สัดส่วน	% Δ	มูลค่า	% Δ	มูลค่า	% Δ	
1994	2,318.0	2.3	41.1	932	71.8	1,386	26.3	-454.0
1995	3,743.40	2.9	59.8	1,649.30	75.1	2,090.00	49.5	-444.7
1996	3,827.80	3	2.3	1,876.90	13.8	1,950.90	-6.8	-74.0
1997	4,046.60	3.3	5.7	1,774.50	-5.5	2,272.10	16.5	-497.6
ภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย ปี 1997								
1998	3,568.70	3.7	-11.8	1,766.70	-0.4	1,801.90	-20.7	-35.2
1999	4,333.10	4.0	21.4	1,860.90	5.3	2,472.20	37.2	-611.2
2000	6,226.20	4.7	43.7	2,836.60	52.4	3,389.70	37.1	-553.1
2001	6,569.70	5.2	5.5	2,873.70	1.3	3,696.00	9.0	-822.2
2002	8,452.90	6.3	28.7	3,555.40	23.7	4,897.50	32.5	-1,342.1
2003	11,691.20	7.5	38.3	5,688.90	60.0	6,002.30	22.6	-313.4
2004	15,259.50	8.0	30.5	7,115.10	25.1	8,144.30	35.7	-1,029.2
2005	20,343.20	8.9	33.3	9,183.40	29.1	11,159.80	37.0	-1976.4

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และกรมศุลกากร

สินค้าส่งออกไปจีน 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 2) ยางพารา 3) เม็ดพลาสติก 4) น้ำมันดิบ 5) เคมีภัณฑ์ 6) แผงวงจรไฟฟ้า 7) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง 8) เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ 9) ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ 10) ข้าว

สินค้านำเข้าจากจีน 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ 2) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 3) เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ 4) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ 5) เคมีภัณฑ์ 6) เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน 7) ผ้าผืน 8) สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและ

ผลิตภัณฑ์ 9) แผงวงจรไฟฟ้า 10) เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด โครงสร้างการนำเข้าแบ่งเป็นสินค้าทุนร้อยละ 44.63 สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปร้อยละ 40.71 และสินค้าอุปโภคบริโภคร้อยละ 12.84

ภาพที่ 1

การเปรียบเทียบไทย-จีน



ที่มา: อักษรศรี พานิชสาส์น, 2549.

ทำไมต้องเจาะจีนรายมณฑล

อย่างไรก็ดี แม้ว่าจีนจะมีฐานเศรษฐกิจขนาดใหญ่ และมีบทบาททางการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น หากแต่จำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์เศรษฐกิจจีนในระดับมณฑล เนื่องจากเหตุผลสำคัญ ดังนี้

- แม้ว่าจีนจะมีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ แต่ประกอบไปด้วยมณฑลต่างๆ (22 มณฑล 5 เขตปกครองตนเอง 4 มหานคร ไม่รวมฮ่องกง ไต้หวัน และมาเก๊า) ซึ่งแต่ละมณฑลมีขนาดใหญ่ มีประชากรมาก มีระดับรายได้ รสนิยมแตกต่างกัน ตลาดจีนในแต่ละท้องถิ่นจึงมีลักษณะหลากหลาย
- จีนมีพื้นที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก มีความแตกต่างเชิงภูมิศาสตร์และกายภาพ การขนส่งเคลื่อนย้ายสินค้าภายในประเทศยังต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง และยังคงมีข้อจำกัดด้านช่องทางการกระจายและจำหน่ายสินค้าในตลาดจีน
- จีนมีการใช้ระบบกระจายอำนาจจากส่วนกลางสู่ท้องถิ่น (decentralization) ทำให้รัฐบาลท้องถิ่นมีอำนาจบริหารค่อนข้างมาก และบางมณฑลยังมีปัญหาที่ดินค้ำกันเอง

ดังนั้น การทำความรู้จักประเทศจีน คงจะไม่สามารถมองแบบเหมารวมว่า จีนทั้งประเทศเป็นตลาดเดียวได้ และจำเป็นจะต้องลบภาพลวงตาของตลาดจีน 1.3 พันล้านคน

ภาพที่ 2

แผนที่ประเทศจีน แยกตามมณฑลและเขตการปกครองตนเอง



สำหรับการศึกษาวิเคราะห์โอกาส และศักยภาพของมณฑล/เมืองสำคัญของจีนในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย มีประเด็นพิจารณาที่สำคัญ ดังนี้

- ศึกษาระดับมหภาค เน้นปัจจัยด้านอุปสงค์ที่มีผลต่อการบริโภคของชาวจีน ทั้งในแง่รายได้และอำนาจซื้อของคนจีนในเขตเมืองและชนบท และลักษณะการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคในด้านต่างๆ ที่สำคัญ
- ศึกษาระดับตลาด ทั้งในด้านอุปนิสัย พฤติกรรม และรสนิยม
- ศึกษาระดับมณฑล สำรวจสภาพการค้าระหว่างไทย-มณฑลพื้นที่ศึกษา 18 แห่ง และวิเคราะห์ โอกาสและศักยภาพของแต่ละมณฑล ทั้งในด้านการส่งออกและนำเข้า
- ศึกษาเมืองจีนในระดับกลุ่มภูมิภาคและเมืองสำคัญในแต่ละภูมิภาค โอกาสและศักยภาพ ทั้งในแง่การส่งออกและนำเข้า

ปัจจัยด้านอุปสงค์: รายได้ของประชากรในเขตเมืองและชนบท

แม้ว่าจีนจะเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก (ในแง่ GDP) แต่เมื่อพิจารณาละเอียดลงไปในด้านรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (Per Capita Income) จีนกลับถูกจัดอันดับเป็นประเทศที่มีรายได้เฉลี่ยฯ ก่อนข้างต่ำ (อันดับที่ 100) เนื่องจากปัญหาของช่องว่างในการกระจายรายได้

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาด้านโครงสร้างประชากร พบว่า ชาวจีนกว่าร้อยละ 70 อาศัยอยู่ในชนบท ในขณะที่ชาวจีนที่มีฐานะดีและปานกลางซึ่งมีอำนาจซื้อ จะมีจำนวนราว 200-300 ล้านคน ล้วนกระจุกตัวอยู่ในเมืองสำคัญๆ ด้านชายฝั่งทะเลตะวันออก

ทั้งนี้ ด้วยอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่รวดเร็ว มีการขยายตัวทางการค้าและการลงทุน การเปิดกว้างติดต่อกับต่างประเทศมากขึ้น ประกอบกับนโยบายเกื้อหนุนของภาครัฐทำให้ในปัจจุบันอัตราการโยกย้ายจากภาคชนบทสู่ความเป็นเมือง (Urbanization Rate) ได้ขยายตัวมากขึ้น

ลักษณะสำคัญและการใช้จ่ายของกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน

จากการที่จีนมีความแตกต่างของรายได้และจำนวนของประชากรในเขตเมืองและชนบท ในการศึกษาเพื่อเข้าสู่ตลาดของจีน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจลักษณะการใช้จ่ายและประเภทของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถเข้าใจสภาพของแต่ละตลาด ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนที่มีความสำคัญและมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการซื้อสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่แถบชายฝั่งทะเลตะวันออก เช่น ช่างไห่ เจินเจิ้น หรือเซี่ยเหมิน หรืออาศัยอยู่ตามเมืองเอกของแต่ละมณฑล เช่น นครเฉิงตูเมืองเอกของซื่อชวน ซีอานเมืองเอกของส่านซี หรือคุนหมิงเมืองเอกของหยุนหนาน เป็นต้น

นอกจากนี้ หลังจากที่ผู้นำของจีนได้เลือกที่จะให้มณฑลชายฝั่งทางตะวันออกเป็นพื้นที่ทดลองในการปฏิรูปเศรษฐกิจและเปิดกว้างติดต่อกับโลกภายนอกมาตั้งแต่ปี 1979 ทำให้สถานภาพและสถานะทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคในภาคตะวันออกมีการเปลี่ยนแปลงไป และหลังจากที่จีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ในเดือนธันวาคม 2001 ทำให้รัฐบาลจีนต้องเปิดเสรีและเปิดรับการค้าและการลงทุนกับต่างชาติมากขึ้น ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนสภาพการใช้จ่ายและบริโภคของชาวจีนเช่นกัน

อย่างไรก็ดี แม้ว่าผู้บริโภคชาวจีนจะมีรายได้และมีอำนาจซื้อที่สูงขึ้น แต่ในภาวะแวดล้อมที่ระดับราคาสินค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น และความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจภายในครัวเรือนในอนาคต ผู้บริโภคชาวจีนจำนวนไม่น้อยก็ยังคงมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย และให้ความสำคัญกับการเก็บออมเป็นสัดส่วนสูง

สำหรับรายละเอียดของดัชนีเศรษฐกิจของมณฑลสำคัญของจีนในภูมิภาคหรือกลุ่มเศรษฐกิจต่างๆ ได้แก่ ดัชนีเศรษฐกิจกลุ่มเศรษฐกิจฟานจูชานเจี้ยว (Pan-Pearl River Delta: PPRD) ในตารางที่ 2 และดัชนีเศรษฐกิจเขตเศรษฐกิจฉางชานเจี้ยว (Yangtze River Delta: YRD) ในตารางที่ 3 รวมทั้งดัชนีเศรษฐกิจเขตเศรษฐกิจเศรษฐกิจอ่าวไป่ไห่-ทะเลเหลือง ในตารางที่ 4

ตารางที่ 2

ดัชนีเศรษฐกิจกลุ่มเศรษฐกิจฟานจูชานเจี้ยว (กลุ่ม 9+2) ปี 2004

ไทย/ มณฑลจีน	GDP (พันล้าน หยวน)	รายได้ ต่อหัว ต่อปี (หยวน)	ประชากร (ล้านคน)	การส่งออก (พันล้าน เหรียญ สรอ.)	การนำเข้า (พันล้าน เหรียญ สรอ.)	FDI (ล้าน เหรียญ สรอ.)	บริษัท ต่างชาติที่ จดทะเบียน (แห่ง)	การค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
ประเทศจีน	13,687.59	10,561	1,299.88	593.32	561.23	60,629.98	242,284	5,395.01
กลุ่มเศรษฐกิจ ฟานจูชานเจี้ยว (เฉพาะ 9 มณฑล)	4,641.75	NA	454.18	236.18	196.80	20,069.83	89,364	1,647.49
กว่างตง	1,603.95 (อันดับ 1 ของจีน)	19,707 (อันดับ 6 ของจีน)	83.04 (อันดับ 4 ของจีน)	191.57 (อันดับ 1 ของจีน)	165.56 (อันดับ 1 ของจีน)	10,011.58 (อันดับ 2 ของจีน)	55,259 (อันดับ 1 ของจีน)	637.04 (อันดับ 1 ของจีน)
ฝูเจี้ยน	605.31 (อันดับ 11 ของจีน)	17,218 (อันดับ 7 ของจีน)	35.11 (อันดับ 18 ของจีน)	28.95 (อันดับ 6 ของจีน)	18.13 (อันดับ 9 ของจีน)	4,748.01 (อันดับ 9 ของจีน)	17,236 (อันดับ 6 ของจีน)	199.58 (อันดับ 13 ของจีน)
ไห่หนาน	79.01 (อันดับ 28 ของจีน)	9,704 (อันดับ 18 ของจีน)	8.18 (อันดับ 28 ของจีน)	1.09 (อันดับ 28 ของจีน)	2.31 (อันดับ 22 ของจีน)	643.43 (อันดับ 24 ของจีน)	2,329 (อันดับ 19 ของจีน)	21.92 (อันดับ 28 ของจีน)
ฉีชวน	655.60 (อันดับ 9 ของจีน)	8,114 (อันดับ 23 ของจีน)	85.95 (อันดับ 3 ของจีน)	3.98 (อันดับ 15 ของจีน)	2.89 (อันดับ 15 ของจีน)	701.29 (อันดับ 16 ของจีน)	3,789 (อันดับ 11 ของจีน)	238.39 (อันดับ 10 ของจีน)
กว่างซี	332.01 (อันดับ 17 ของจีน)	7,196 (อันดับ 28 ของจีน)	48.89 (อันดับ 10 ของจีน)	2.39 (อันดับ 21 ของจีน)	1.89 (อันดับ 19 ของจีน)	295.79 (อันดับ 19 ของจีน)	2,336 (อันดับ 18 ของจีน)	97.34 (อันดับ 20 ของจีน)
หยุนหนาน	295.95 (อันดับ 19 ของจีน)	6,733 (อันดับ 29 ของจีน)	44.15 (อันดับ 12 ของจีน)	2.24 (อันดับ 21 ของจีน)	1.50 (อันดับ 24 ของจีน)	141.53 (อันดับ 22 ของจีน)	1,761 (อันดับ 22 ของจีน)	88.49 (อันดับ 23 ของจีน)
กุ้ยโจว	159.10 (อันดับ 26 ของจีน)	4,215 (อันดับ 31 ของจีน)	39.04 (อันดับ 15 ของจีน)	0.87 (อันดับ 26 ของจีน)	0.65 (อันดับ 27 ของจีน)	65.33 (อันดับ 27 ของจีน)	641 (อันดับ 27 ของจีน)	51.76 (อันดับ 26 ของจีน)
หูหนาน	561.23 (อันดับ 12 ของจีน)	9,117 (อันดับ 20 ของจีน)	66.98 (อันดับ 7 ของจีน)	3.10 (อันดับ 17 ของจีน)	2.34 (อันดับ 18 ของจีน)	1418.0 (อันดับ 12 ของจีน)	2,598 (อันดับ 16 ของจีน)	206.98 (อันดับ 12 ของจีน)

จีน: หนึ่งประเทศ หลายมณฑล หลากกฎเกณฑ์

โดย ดร.อัษฎศรี พานิชสาส์น และคณะ

ไทย/ มณฑลจีน	GDP (พันล้าน หยวน)	รายได้ ต่อหัว ต่อปี (หยวน)	ประชากร (ล้านคน)	การส่งออก (พันล้าน เหรียญ สรอ.)	การนำเข้า (พันล้าน เหรียญ สรอ.)	FDI (ล้าน เหรียญ สรอ.)	บริษัท ต่างชาติที่ จดทะเบียน (แห่ง)	การค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
เจียงซี	349.59 (อันดับ 16 ของจีน)	8,189 (อันดับ 22 ของจีน)	42.84 (อันดับ 13 ของจีน)	1.99 (อันดับ 23 ของจีน)	1.53 (อันดับ 23 ของจีน)	2,044.87 (อันดับ 8 ของจีน)	3,415 (อันดับ 13 ของจีน)	105.99 (อันดับ 17 ของจีน)
ฮ่องกง	1,269.50 พันล้าน เหรียญ ฮ่องกง	184,448 เหรียญ ฮ่องกง	6.88	2,019.11 พันล้าน เหรียญ ฮ่องกง	2111.12 พันล้าน เหรียญ ฮ่องกง	NA	NA	NA
มาเก๊า	82.69 พันล้าน เหรียญ มาเก๊า	18,100 เหรียญ มาเก๊า	0.46	22.60 พันล้าน เหรียญ มาเก๊า	27.90 พันล้าน เหรียญ มาเก๊า	NA	NA	7.52 พันล้าน เหรียญ มาเก๊า

ที่มา: China Statistical Yearbook 2005.

ตารางที่ 3

ดัชนีเศรษฐกิจเขตเศรษฐกิจงานชานเจียว ปี 2004

ไทย/ มณฑลจีน	GDP (พันล้าน หยวน)	รายได้ ต่อหัว ต่อปี (หยวน)	ประชากร (ล้านคน)	การส่งออก (พันล้าน เหรียญ สรอ.)	การนำเข้า (พันล้าน เหรียญ สรอ.)	FDI (ล้าน เหรียญ สรอ.)	จำนวน บริษัท ต่างชาติที่มี การจด ทะเบียน (แห่ง)	การค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
ประเทศจีน	13,687.59	10,561	1,299.88	593.32	561.23	60,629.98	242,284	5,395.01
กลุ่มงานชานเจียว	3,420.57	NA	137.62	219.17	196.94	22,170.58	74,388	1,025.97
เซี่ยงไฮ้	745.03 (อันดับ 7 ของจีน)	55,307 (อันดับ 1 ของจีน)	17.52 (อันดับ 25 ของจีน)	73.52 (อันดับ 3 ของจีน)	86.51 (อันดับ 3 ของจีน)	6,541.00 (อันดับ 4 ของจีน)	26,657 (อันดับ 3 ของจีน)	245.46 (อันดับ 9 ของจีน)
เจ้อเจียง	1,124.30 (อันดับ 4 ของจีน)	23,924 (อันดับ 4 ของจีน)	45.77 (อันดับ 11 ของจีน)	58.15 (อันดับ 4 ของจีน)	27.07 (อันดับ 5 ของจีน)	6,681.28 (อันดับ 5 ของจีน)	17,792 (อันดับ 5 ของจีน)	364.54 (อันดับ 4 ของจีน)
เจียงซู	1,551.24 (อันดับ 3 ของจีน)	20,852 (อันดับ 5 ของจีน)	74.33 (อันดับ 5 ของจีน)	87.50 (อันดับ 2 ของจีน)	83.36 (อันดับ 2 ของจีน)	12,138.0 (อันดับ 1 ของจีน)	29,939 (อันดับ 2 ของจีน)	415.97 (อันดับ 3 ของจีน)

ที่มา: China Statistical Yearbook 2005; Shanghai Statistical Yearbook 2005; Zhejiang Statistical Yearbook 2005; Jiangsu Statistical Yearbook 2005.

ตารางที่ 4

ดัชนีเศรษฐกิจเขตเศรษฐกิจเศรษฐกิจอ่าวโป๋ไห่-ทะเลเหลือง ปี 2004

ไทย/ มณฑลจีน	GDP (พันล้าน หยวน)	รายได้ ต่อหัว ต่อปี (หยวน)	ประชากร (ล้านคน)	การส่งออก (พันล้าน เหรียญ สรอ.)	การนำเข้า (พันล้าน เหรียญ สรอ.)	FDI (ล้าน เหรียญ สรอ.)	จำนวน บริษัท ต่างชาติที่มี การจด ทะเบียน (แห่ง)	การค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
ประเทศจีน	13,687.59	10,561	1,299.88	593.32	561.23	60,629.98	242,284	5,395.01
เขตเศรษฐกิจอ่าว โป๋ไห่-ทะเลเหลือง	3,834.74	NA	227.23	105.52	139.68	20,326.51	57,434	1,289.36
เป่ย์จิง	428.33 (อันดับ 15 ของจีน)	37,058 (อันดับ 2 ของจีน)	14.93 (อันดับ 26 ของจีน)	20.57 (อันดับ 9 ของจีน)	74.08 (อันดับ 6 ของจีน)	3,083.54 (อันดับ 7 ของจีน)	9,890 (อันดับ 9 ของจีน)	219.18 (อันดับ 11 ของจีน)
เทียนจิน	293.19 (อันดับ 21 ของจีน)	31,550 (อันดับ 3 ของจีน)	10.24 (อันดับ 27 ของจีน)	20.86 (อันดับ 7 ของจีน)	21.15 (อันดับ 7 ของจีน)	2,472.43 (อันดับ 11 ของจีน)	9,938 (อันดับ 8 ของจีน)	105.27 (อันดับ 18 ของจีน)
เหลียวหนิง	687.27 (อันดับ 8 ของจีน)	16,297 (อันดับ 9 ของจีน)	42.17 (อันดับ 14 ของจีน)	18.91 (อันดับ 9 ของจีน)	15.45 (อันดับ 9 ของจีน)	5,406.77 (อันดับ 6 ของจีน)	14,858 (อันดับ 7 ของจีน)	264.28 (อันดับ 7 ของจีน)
ซานตง	1,549.07 (อันดับ 2 ของจีน)	16,925 (อันดับ 8 ของจีน)	91.80 (อันดับ 2 ของจีน)	35.84 (อันดับ 5 ของจีน)	24.81 (อันดับ 6 ของจีน)	8,664.23 (อันดับ 3 ของจีน)	19,251 (อันดับ 4 ของจีน)	448.34 (อันดับ 2 ของจีน)
เหอเป่ย์	876.88 (อันดับ 6 ของจีน)	12,918 (อันดับ 11 ของจีน)	68.09 (อันดับ 6 ของจีน)	9.34 (อันดับ 10 ของจีน)	4.19 (อันดับ 11 ของจีน)	699.54 (อันดับ 13 ของจีน)	3,497 (อันดับ 12 ของจีน)	252.29 (อันดับ 8 ของจีน)

ที่มา: China Statistical Yearbook 2005.

ลักษณะสำคัญตลาดจีน: อุปนิสัยและรสนิยมความชอบที่หลากหลาย

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า จีนเป็นประเทศขนาดใหญ่และมีประชากรกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุปนิสัยและวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาค/มณฑล ก็ย่อมมีผลต่อพฤติกรรมและรสนิยมของชาวจีนแตกต่างกันไป เช่น รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับประทานอาหารนอกบ้าน และการแต่งกาย เป็นต้น

พฤติกรรมและอุปนิสัยของคนจีนใน 18 มณฑลพื้นที่ศึกษา

การศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมและอุปนิสัยที่แตกต่างของคนจีนในแต่ละมณฑล นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยสะท้อนถึงรสนิยมและความชอบที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น สำหรับลักษณะพฤติกรรมและอุปนิสัยของคนจีนในพื้นที่ศึกษาทั้ง 18 มณฑล สรุปอยู่ในตารางที่ 5

ตารางที่ 5

พฤติกรรมและอุปนิสัยของคนจีนใน 18 มณฑลพื้นที่ศึกษา

มณฑล	ผู้บริโภค	นักธุรกิจ
กวางตุ้ง	ชอบสินค้าฟุ่มเฟือย หูหรราราคาแพง	ใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่าย สนใจอาหารการกิน มุ่งแสวงหาความร่ำรวย และชอบอวดแสดงฐานะที่ร่ำรวย ของตน เจ้าเล่ห์ งามายเรื่องอวดขี้
ซานตง	ประชากรมาก ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร และค่อนข้าง อนุรักษ์นิยม	ทำการค้าด้วยความรอบคอบ ซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา มีการ วางแผนงานชัดเจน เคร่งครัดในกฎระเบียบและข้อสัญญา
เจียงซู	เป็นมณฑลที่ร่ำรวยที่สุดมณฑลหนึ่งของจีน ประชากรมี กำลังซื้อ	ฉลาด คล่องแคล่ว มีไหวพริบในการทำการค้า ค้าขายเน้นปริมาณสินค้ามากกว่าผลกำไร
เจ้อเจียง	ละเอียดลออ ให้ความสำคัญกับชื่อเสียง	เป็นนักการค้า การบัญชี รอบคอบ บุกเบิกด้านการค้าขาย เก่ง กล้าเสี่ยง หวังกำไรระยะสั้น
ชางไห่	ให้ความสำคัญกับหน้าตาและชื่อเสียง ชอบความหรูหรา นิยมสินค้ามีชื่อ และมีคุณภาพ	ฉลาดและเชี่ยวชาญการทำธุรกิจการค้ามาก เน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก นิสัยเย่อหยิ่ง ชอบดูถูกคนอื่น ไม่รังเกียจแต่คนต่างชาติ ให้ความสำคัญแก่กฎเกณฑ์และปฏิบัติตามข้อสัญญาอย่าง เคร่งครัด
เหลียวหนิง	ชอบสินค้ามีชื่อ มีชื่อเสียง และสินค้านำเข้า (จริงหรือ ปลอมไม่สำคัญ)	ทำการค้าด้วยความจริงใจ ซื่อตรง แต่มีเหตุ ให้ความสำคัญต่อมิตรสัมพันธ์กับลูกค้า
ชื้อชวน	มีประชากรมาก กำลังซื้อปานกลาง แต่ขนาดตลาดขยายมากขึ้น	ทำการค้าแบบตรงไปตรงมา ไม่ชอบอวดคร่ำอวดรวย ยึดคุณธรรมความซื่อตรง
ฝูเจี้ยน	ชอบสินค้าคุณภาพ	ชอบค้าขาย กล้าได้กล้าเสีย
หูหนาน	ไม่สนใจเรื่องการแต่งกาย ให้ความสำคัญกับอาหารการกิน ไม่ฟุ้งเฟ้อ	ไม่ชำนาญด้านการค้า แต่มีความอดทนและความตั้งใจจริง ทำการค้าเน้นปริมาณสินค้ามากกว่าผลกำไร
เป่ย์จิง	รสนิยมสูง นิยมบริโภคสินค้าดี มีระดับ	ทำการค้าในระดับใหญ่ๆ มูลค่าสูง มีการศึกษา รอบรู้ คุยเก่ง ทำการค้าจริงใจและตรงไปตรงมา ไม่นิยมอวดอ้างตนเอง
เจียงซี	ประชากรมีกำลังซื้อค่อนข้างน้อย เน้นการอยู่แบบพอเพียง	เน้นการทำธุรกิจลักษณะบริษัทในเครือ ทำธุรกิจเน้นคุณธรรมและความจริงใจ เคารพกติกา
กวางซี	ประชากรอยู่ในชนบทเป็นส่วนใหญ่ แต่เปิดรับความ ทันสมัยมากขึ้น ชอบการเปลี่ยนแปลง	ทำธุรกิจโดยเน้นเส้นสายความสัมพันธ์ส่วนตัว มักไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์
หยุนหนาน	สมถะ เรียบง่าย ไม่นิยมความฟุ้งเฟ้อมากเท่ามณฑลชายฝั่ง	เป็นคนซื่อ เปิดเผย จริงใจ ทำธุรกิจแบบสบายๆ ไม่ชอบคนเจ้าเล่ห์คนเอาเปรียบ
เทียนจิน	สมถะ อยู่แบบพอเพียง พอใจในสิ่งที่ตนมี	ไม่ชำนาญการทำธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น การค้าน้ำมัน การค้าอาวุธ เป็นต้น ชอบพูดแต่ขาดการปฏิบัติ ชอบโอ้อวด

มณฑล	ผู้บริโภค	นักธุรกิจ
सानซี	ชอบท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม นิยมสินค้าเน้นภูมิปัญญาชาวบ้าน	สนใจการค้าที่ตกลงชัดเจน เก่งด้านผลิตและจำหน่ายสมุนไพร
จงชิ่ง	มีประชากรจำนวนมากและหลากหลาย มีทั้งเกษตรกร และคนจีนรุ่นใหม่ที่ชอบบุกเบิก ชอบสิ่งแปลกใหม่	กล้าคิดกล้าทำ บุกเบิก จริงใจ ตรงไปตรงมา รักความยุติธรรม ให้ความสำคัญในเรื่องรักษาสัจจะและ สัญญา มีความอดทน
ก๊วยโจว	ถึงแม้จะยากจนแต่นิยมบริโภคสินค้าดีและสินค้าแฟชั่น นิยมอาหารการกิน	ขี้เกียจ ไม่สู้งาน รักสบาย สุรุ่ยสุร่าย
ไห่หนาน	ชอบบริโภคสินค้ามีระดับ แสดงฐานะ	เป็นพวกอนุรักษ์นิยม ขาดความอดทน หวังผลระยะสั้น

ที่มา: อาจารย์หลี่ เหวินเหลียง (Li Renliang) (อาจารย์ชาวต่างชาติประจำคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) และวิบูลย์ ตั้งกิตติภากรณ์, “อุปนิสัยการทำการค้าของคนจีนในท้องถิ่นต่างๆ ของคนจีน,” เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง “การแข่งขันทางเศรษฐกิจของจีนท่ามกลางกระแสทุนนิยมโลก,” 4 กันยายน 2546.

แม้ว่าจีนจะดูเหมือนเป็นตลาดขนาดใหญ่ด้วยประชากร 1.3 พันล้านคน แต่การเข้าถึงตลาดจีนไม่มีสูตรสำเร็จตายตัวที่ให้ผลรวดเร็วทั่วทั้งประเทศจีน เนื่องจากอุปนิสัย รสนิยม และความชอบของคนจีนในแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกัน ทำให้จำเป็นต้องศึกษา ทำความเข้าใจ รวมทั้งการเดินทางไปศึกษาในระดับพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและสังเกต/สำรวจตลาดอย่างลึกซึ้ง ณ ตลาดเป้าหมาย ที่สำคัญนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นผู้ที่รู้จักตัวสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของตนดีที่สุด จำเป็นต้องเป็นผู้ตัดสินใจและเลือกด้วยตนเองว่า ตลาดเป้าหมายของตนจะอยู่ที่เมืองไหน มณฑลใด

ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนในระดับมณฑล/ภูมิภาค

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลปัจจัยด้านการบริโภคของจีน สามารถการแบ่งผู้บริโภคชาวจีนในระดับมณฑล/ภูมิภาคต่างๆ ออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 4 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มแรก ผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่/เมืองเอก

เมืองใหญ่ของจีนที่มีประชากรจำนวนมาก (มากกว่า 2 ล้านคน) มีดังนี้

- ตอนบน เป่ย์จิง ช่างไห่ นครเสิ่นหยาง นครฉางชุน นครฮาเอ๋อร์ปิ่น นครจี๋หนาน เมืองต้าเหลียน

- ตอนกลางและตอนใน นครอู่ฮั่น นครเฉิงตู มหานครฉงชิ่ง นครซีอาน

- ตอนล่าง นครกว่างโจว

ประชากรในกลุ่มนี้มีประมาณร้อยละ 5.3 ของประชากรทั้งหมด แต่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ถึงร้อยละ 24 และที่สำคัญ มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะชาวจีนในเป่ย์จิง ช่างไห่ และกว่างโจวมีรายได้เฉลี่ยสูงกว่า 15,000 หยวนต่อคนต่อปี

ด้านการขายปลีก พบว่ามีสัดส่วนราวร้อยละ 50 ของรายได้จากการขายปลีกของทั้งประเทศ

นอกจากนี้ เมืองสำคัญเหล่านี้ ยังเป็นสถานที่ที่มีชาวต่างชาติและบริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนหรือเปิดสำนักงาน อย่างไรก็ดี ทั้งหมดนี้ทำให้กลุ่มนี้เป็นตลาดที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงมาก

(3) กลุ่มที่สอง ผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่/ที่มีประชากร 5 แสนคนขึ้นไป

ตัวอย่างเมืองสำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่ เซินเจิ้น หางโจว เซี่ยเหมิน หิงโป เทียนจิน หานจง ซึ่งมีระดับรายได้เทียบเท่ากับเมืองในกลุ่มแรก และมีข้อได้เปรียบด้านเส้นทางคมนาคม และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมและการผลิตที่สำคัญ ทำให้มีโครงสร้างด้านสาธารณูปโภคและโลจิสติกส์ที่จะสามารถเข้าถึงตลาดกลุ่มนี้ได้

(3) กลุ่มที่สาม ผู้บริโภคในเขตเมืองที่มีประชากรน้อยกว่า 5 แสนคน

ผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่ำกว่า 2 กลุ่มแรก และมีจำนวนประชากรน้อยกว่า แต่เนื่องจากสองกลุ่มแรกมีการแข่งขันที่เข้มข้น ทำให้เริ่มมีการหันมาให้ความสำคัญกับผู้บริโภคในกลุ่มนี้มากขึ้น และเป็นตลาดศักยภาพสำหรับนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่มีทุนน้อยกว่าสองตลาดแรก

(4) กลุ่มสุดท้าย ผู้บริโภคในเขตชนบท

กลุ่มนี้เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศจีน (ราวร้อยละ 70) แต่ยังคงมีรายได้โดยเฉลี่ยในระดับต่ำ เน้นการบริโภคสินค้าจำเป็นเพื่อยังชีพ ยังไม่สามารถซื้อสินค้านำเข้าจากต่างประเทศมากนัก และจัดเป็นตลาดระดับล่าง ที่ต้องพัฒนาและเพิ่มรายได้ต่อไป

ดังนั้น การศึกษาและทำความเข้าใจโครงสร้างด้านรายได้ ลักษณะการจับจ่ายใช้สอย ตลอดจนรสนิยมความชอบของคนจีน โดยเฉพาะระดับมณฑล ย่อมทำให้นักธุรกิจหรือผู้ส่งออกไทยได้เห็นภาพของตลาดจีนในระดับมณฑลที่ชัดเจนขึ้น และเข้าใจถึงโอกาสและศักยภาพของแต่ละตลาด

2. มณฑลไหนของจีน คือ คู่ค้าของไทย

สภาพการค้าไทย-มณฑลพื้นที่ศึกษา: โอกาสและศักยภาพ

จากการศึกษาและสำรวจพบว่า ในบรรดา 22 มณฑล 5 เขตปกครองตนเอง และ 4 มหานครของจีน (ไม่รวมไต้หวัน ฮองกง และมาเก๊า) หรือเรียกโดยรวมเพื่อให้ง่ายแก่การเข้าใจว่า “31 มณฑลจีน” นั้น มณฑลที่สำคัญและมีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก โดยเฉพาะบริเวณลุ่มแม่น้ำฉางเจียง (แยงซีเกียง) และลุ่มแม่น้ำไข่มุก (จูเจียง) ถือเป็นภูมิภาคสำคัญของจีนที่มีปริมาณการค้าระหว่างประเทศเป็นสัดส่วนสูง ที่สำคัญ มณฑลเหล่านี้จึงมีศักยภาพและนัยทางเศรษฐกิจต่อสินค้าไทย และจากการศึกษา สำรวจสภาพการค้า และการ

รวบรวมข้อมูลสถิติการค้าไทย-มณฑลจีน พบว่า มณฑลที่เป็นตลาดหลักของไทยในอันดับต้นๆ ล้วนเป็นมณฑลแถบชายฝั่งทั้งสิ้น

การค้าระหว่างไทย-มณฑลจีน

ในปี 2005 การค้าระหว่างไทยกับจีนประมาณร้อยละ 70 เป็นการค้ากับคู่ค้าสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ กว่างตง เจียงซู ช่างไห่ โดยไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าทั้งสิ้น มณฑลที่ทำการค้าขายกับไทยมากที่สุดคือ กว่างตง ซึ่งเป็นมณฑลที่มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศสูงที่สุดในจีน โดยมีมูลค่าการค้ากับไทยทั้งสิ้น 8.09 พันล้านเหรียญ สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 37.1 ของการค้าระหว่างไทยกับจีนทั้งหมด สำหรับคู่ค้าสำคัญที่ไทยขาดดุลการค้า ได้แก่ ซานตง เจ้อเจียง เป่ย์จิง เทียนจิน และเหลียวหนิง เป็นต้น

ตารางที่ 6

มณฑลจีนที่เป็นคู่ค้าสำคัญของไทย เรียงตามลำดับมูลค่าการค้ารวม ปี 2005

ลำดับ	มณฑล/มหานคร	การค้ารวม (เหรียญ สหรัฐ.)	ไทยส่งออก (เหรียญ สหรัฐ.)	ไทยนำเข้า (เหรียญ สหรัฐ.)	ดุลการค้า
1	กว่างตง	8,089,265,802	6,249,659,046	1,839,606,756	ไทยได้ดุล
2	เจียงซู	3,855,768,820	2,600,538,252	1,255,230,568	ไทยได้ดุล
3	ช่างไห่	3,289,145,098	2,430,283,318	858,861,780	ไทยได้ดุล
4	ซานตง	1,378,621,405	637,255,874	741,365,531	ไทยขาดดุล
5	เจ้อเจียง	1,307,958,176	647,080,518	660,877,658	ไทยขาดดุล
6	เป่ย์จิง	698,085,643	251,170,912	446,914,731	ไทยขาดดุล
7	ฝูเจี้ยน	607,133,286	358,183,514	248,949,772	ไทยได้ดุล
8	เทียนจิน	522,963,516	226,389,292	296,574,224	ไทยขาดดุล
9	เหลียวหนิง	496,571,609	170,547,053	326,024,556	ไทยขาดดุล
10	เหอเป่ย์	257,596,108	26,433,066	231,163,042	ไทยขาดดุล
11	เหอหนาน	177,351,655	59,056,522	118,295,133	ไทยขาดดุล
12	หยุนหนาน	132,985,470	7,157,416	125,828,054	ไทยขาดดุล
13	หูเป่ย์	123,809,403	27,472,781	96,336,622	ไทยขาดดุล
14	เจียงซี	113,902,939	87,513,779	26,389,160	ไทยได้ดุล
15	หูหนาน	112,126,095	38,979,374	73,146,721	ไทยขาดดุล
16	อันฮุย	91,638,179	40,426,741	51,211,438	ไทยขาดดุล
17	กว่างซี	87,346,667	24,501,657	62,845,010	ไทยขาดดุล
18	ซานซี	76,668,724	7,787,981	68,880,743	ไทยขาดดุล
19	ช้อชวน	72,594,935	13,554,677	59,040,258	ไทยขาดดุล
20	ก๊วยโจว	58,082,089	28,891,565	29,190,524	ไทยขาดดุล
21	ฉงชิ่ง	53,782,792	9,626,595	44,156,197	ไทยขาดดุล
22	ส่านซี	45,821,014	6,997,960	38,823,054	ไทยขาดดุล
23	ไห่หนาน	31,766,903	23,167,541	8,599,362	ไทยได้ดุล

ลำดับ	มณฑล/มหานคร	การค้ารวม (เหรียญ สรอ.)	ไทยส่งออก (เหรียญ สรอ.)	ไทยนำเข้า (เหรียญ สรอ.)	ดุลการค้า
24	มองโกเลียใน	34,367,201	352,038	34,015,163	ไทยขาดดุล
25	จี๋หลิน	33,950,879	5,202,375	28,748,504	ไทยขาดดุล
26	เฮยหลงเจียง	22,799,552	8,587,170	14,212,382	ไทยขาดดุล
27	กานซู	13,565,080	992,195	12,572,885	ไทยขาดดุล
28	หนิงเซี่ย	12,314,921	2,549,532	9,765,389	ไทยขาดดุล
29	ซินเจียง	10,752,172	1,064,189	9,687,983	ไทยขาดดุล
30	ชิงไห่	2,412,705	439,635	1,973,070	ไทยขาดดุล
31	ทิเบต	10,165	-	10,165	ไทยขาดดุล

ที่มา: กรมศุลกากรจีน แปลโดยคณะนักวิจัยไอทีดีเพื่อเสนอกระทรวงพาณิชย์, มิถุนายน 2549.

การส่งออก

สำหรับการส่งออกในปี 2005 นั้น ของการส่งออกของไทยร้อยละ 97.6 เป็นการส่งออกไปยังตลาดสำคัญ 10 อันดับแรก ได้แก่ กว่างตง เจียงซู ช่างไห่ เจ้อเจียง ซานตง ผู้เจี้ยน เป่ย์จิง เทียนจิน เหลียวหนิง และเจียงซี ตามลำดับ โดยเกือบครึ่งหนึ่งของการส่งออกทั้งหมดไปยังกว่างตง ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 6.25 พันล้านเหรียญ สรอ. ตลาดส่งออกที่สำคัญรองลงมา ได้แก่ เจียงซู และช่างไห่ ซึ่งอยู่ในเขตเศรษฐกิจฉางเจียง โดยมีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 2.60 พันล้านเหรียญ สรอ. และ 2.43 พันล้านเหรียญ สรอ. หรือคิดเป็นร้อยละ 18.5 และ 17.4 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดตามลำดับ

ตารางที่ 7

มณฑลจีนที่เป็นตลาดของไทย เรียงตามลำดับมูลค่าและส่วนแบ่งการตลาด ปี 2005

ลำดับ	มณฑล/มหานคร	มูลค่า (เหรียญ สรอ.)	สัดส่วน (%)
1	กว่างตง	6,249,659,046	44.67
2	เจียงซู	2,600,538,252	18.59
3	ช่างไห่	2,430,283,318	17.37
4	เจ้อเจียง	647,080,518	4.62
5	ซานตง	637,255,874	4.55
6	ผู้เจี้ยน	358,183,514	2.56
7	เป่ย์จิง	251,170,912	1.80
8	เทียนจิน	226,389,292	1.62
9	เหลียวหนิง	170,547,053	1.22
10	เจียงซี	87,513,779	0.63
11	เหอหนาน	59,056,522	0.42
12	อันฮุย	40,426,741	0.29

ลำดับ	มณฑล/มหานคร	มูลค่า (เหรียญ สรอ.)	สัดส่วน (%)
13	หูหนาน	38,979,374	0.28
14	ก๊วยโจว	28,891,565	0.21
15	หูเป่ย์	27,472,781	0.20
16	เหอเป่ย์	26,433,066	0.19
17	กว่างซี	24,501,657	0.18
18	ไห่หนาน	23,167,541	0.17
19	ฉีฉวน	13,554,677	0.10
20	ฉงชิ่ง	9,626,595	0.07
21	เสยหลงเจียง	8,587,170	0.06
22	ซานซี	7,787,981	0.06
23	หยุนหนาน	7,157,416	0.05
24	ส่านซี	6,997,960	0.05
25	จีหลิน	5,202,375	0.04
26	หนิงเซี่ย	2,549,532	0.02
27	ซินเจียง	1,064,189	0.01
28	กานซู	992,195	0.01
29	ชิงไห่	439,635	0.00
30	มองโกเลียใน	352,038	0.00
31	ทิเบต	-	-

ที่มา: กรมศุลกากรจีน แปลโดยคณะนักวิจัยไอทีดีเพื่อเสนอกระทรวงพาณิชย์, มิถุนายน 2549.

การนำเข้า

โดยในปี 2005 แหล่งนำเข้าสำคัญ 10 อันดับแรกของไทย ได้แก่ กว่างตง เจียงซู ช่างไห่ ซานตง เจ้อเจียง เป่ย์จิง เหลียวหนิง เทียนจิน ฝูเจี้ยน และเหอเป่ย์ ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 88 ของการนำเข้าจากจีนทั้งหมด จะเห็นได้ว่าโครงสร้างด้านการนำเข้ามีลักษณะคล้ายกับการส่งออก ในแง่ของคู่ค้า แต่มีการกระจายตัวมากกว่า โดยที่กว่างตงยังเป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญที่สุด มีมูลค่า 1.84 พันล้านเหรียญ สรอ. คิดเป็นร้อยละ 23.5 ของการนำเข้าจากจีนทั้งหมด

ตารางที่ 8

มณฑลจีนที่เป็นแหล่งนำเข้าของไทย เรียงตามลำดับมูลค่าและส่วนแบ่งการตลาด ปี 2005

ลำดับ	มณฑล/มหานคร	มูลค่า (เหรียญ สรอ.)	สัดส่วน (%)
1	กว่างตง	1,839,606,756	23.53
2	เจียงซู	1,255,230,568	16.05
3	ซ่างไห่	858,861,780	10.98
4	ซานตง	741,365,531	9.48
5	เจ้อเจียง	660,877,658	8.45
6	เป่ย์จิง	446,914,731	5.72
7	เหลียวหนิง	326,024,556	4.17
8	เทียนจิน	296,574,224	3.79
9	ฝูเจี้ยน	248,949,772	3.18
10	เหอเป่ย์	231,163,042	2.96
11	หยุนหนาน	125,828,054	1.61
12	เหอหนาน	118,295,133	1.51
13	หูเป่ย์	96,336,622	1.23
14	หูหนาน	73,146,721	0.94
15	ซานซี	68,880,743	0.88
16	กว่างซี	62,845,010	0.80
17	ฉ้อชวน	59,040,258	0.76
18	อันฮุย	51,211,438	0.65
19	ฉงชิ่ง	44,156,197	0.56
20	ส่านซี	38,823,054	0.50
21	มองโกเลียใน	34,015,163	0.44
22	กุ้ยโจว	29,190,524	0.37
23	จีหลิน	28,748,504	0.37
24	เจียงซี	26,389,160	0.34
25	เสยหลงเจียง	14,212,382	0.18
26	กานซู	12,572,885	0.16
27	หนิงเซี่ย	9,765,389	0.12
28	ซินเจียง	9,687,983	0.12
29	ไห่หนาน	8,599,362	0.11
30	ชิงไห่	1,973,070	0.03
31	ทิเบต	10,165	0.00

ที่มา: กรมศุลกากรจีน แปลโดยคณะนักวิจัยไอทีดีเพื่อเสนอกระทรวงพาณิชย์, มิถุนายน 2549.

รายละเอียดของโครงสร้างการค้า การส่งออก และการนำเข้าระหว่างไทย-มณฑลพื้นที่ศึกษา และรายการสินค้าส่งออกและนำเข้าระหว่างกัน 15 อันดับแรก จะอยู่ในรายงานผลการศึกษานับเต็ม¹

สำหรับมณฑลพื้นที่ศึกษาในประเทศจีนที่มีศักยภาพและมีนัยทางเศรษฐกิจสำหรับไทยทั้ง 18 แห่ง ซึ่งเรียงลำดับตามสถานะการค้าของไทย แบ่งตามมูลค่าการค้าระหว่างกัน มีดังนี้

1) มณฑลกว่างตง (กวางตุ้ง)

เป็นมณฑลที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ก้าวหน้าที่สุดและมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในประเทศจีน สำหรับความโดดเด่นของกว่างตงในการเป็น “อันดับหนึ่งของประเทศจีน” สรุป ได้ดังนี้

- มีมูลค่า GDP สูงที่สุดในประเทศจีน
- มีมูลค่าการค้าสูงที่สุดในจีน ทั้งด้านการส่งออกและการนำเข้า
- มีมูลค่าการค้าปลีก (retail sales) สินค้าสำหรับอุปโภคบริโภคมากเป็นอันดับ 1 ของจีน
- มีมูลค่าผลผลิตรวมทางอุตสาหกรรมมากเป็นอันดับ 1 ของจีน
- มีรายรับจากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 1 ของจีน

ที่สำคัญ เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดเศรษฐกิจของประเทศไทยแล้ว พบว่า มณฑลกว่างตงมีขนาดเศรษฐกิจที่ “ใหญ่กว่า” เศรษฐกิจของไทยทั้งประเทศ (ในแง่ของ GDP)

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

1.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า กว่างตงเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยในสัดส่วนที่สูงที่สุดในบรรดา 31 มณฑลของจีน โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 44.67 เนื่องจากเป็นกว่างตงตลาดดั้งเดิมของสินค้าไทยและเป็นเมืองท่าสำคัญในการขนส่งระหว่างไทย-จีนมานาน โดยสินค้าไทยที่ส่งเข้าประเทศจีนไปโดยผ่านกว่างตงก็จะถูกลำเลียงไปยังเมืองหรือมณฑลอื่นๆ ของจีนต่อไป²

¹ โครงการการศึกษา “โอกาส ปัญหา และอุปสรรคทางการค้าในการเข้าสู่ตลาดจีน อันเป็นผลมาจากการเปิดเสรีการค้าอาเซียน-จีน โดยเฉพาะลึกเป็นรายมณฑล” โดย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา (ITD) เสนอ สำนักงานเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, พฤศจิกายน 2549.

² ตัวอย่างเช่น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลภาคสนามจากผู้ขายส่งผลไม้ชาวจีน ณ ตลาดขายส่งผลไม้ Shuang Xing ที่เมืองต้าเหลียน มณฑลเหลียวหนิง นาย Song Liming บริษัท Jin Ming Shuigua Pifa Shanghang เมื่อวันที่ 14 พ.ค. 2006 พบว่า เส้นทางขนส่งและลำเลียงผลไม้จากไทย-ต้าเหลียน (ผ่านกว่างตง) มีดังนี้ เริ่มจาก การส่งผลไม้ไทย เช่น ทุเรียน และมังคุด ไปยังมณฑลกว่างตง แล้วนำไปขายในตลาดขายส่งผลไม้ในกว่างตง (เช่น ตลาดเจียงหนาน/ตลาดหลีซู่) จากนั้น นำ

สำหรับสินค้าสำคัญที่กว้งตงนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มวงจรรวม (HS 8542) อันดับสอง กลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ (HS 8471) และอันดับสาม กลุ่มน้ำมันปิโตรเลียมดิบและน้ำมันดิบ (HS 2709) สำหรับด้านสินค้าเกษตรที่กว้งตงนำเข้าจากไทย พบว่า มีการนำเข้าข้าว (HS 1006) อันดับสิบ และผลไม้สด (HS 0810) อันดับสิบสาม ทั้งนี้ กว้งตงเป็นฝ่ายขาดดุลการค้าให้ไทย

ตารางที่ 9

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลกว้งตง ปี 2004

เมือง	จำนวนประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้านหยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทางอุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้านหยวน)	การส่งออก (พันล้านเหรียญสหรัฐ)
กว้งโจว	7.38	411.58	15.0	56,271	504.30	167.50	21.50
เซินเจิ้น	1.65	342.27	17.3	59,271	650.90	91.55	77.80
จูไห่	0.86	54.62	13.8	41,848	126.30	18.00	9.0
ช่านโถว	4.88	60.37	11.1	12,421	54.80	29.21	2.55
ตงกว่าน	1.62	115.52	19.6	71,995	258.30	38.90	35.20
จงซาน	1.39	61.01	18.7	44,006	169.50	17.90	10.0
ฝ่อซาน	3.51	165.64	16.3	47,658	333.10	54.20	2.50
ฮุ่ยโจว	2.93	68.51	15.1	23,643	112.0	21.30	8.70
ฉีวซิง	3.94	54.85	13.2	13,945	538.40	19.40	1.20
เจียงเหมิน	3.86	83.45	12.2	21,647	132.30	31.20	5.10

ที่มา: Guangdong Statistical Yearbook 2005

ผลไม้สดรถขนส่งที่มีห้องเย็นขับตรงไปยังท่าเรือเยียนไถในมณฑลซานตง (ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับท่าเรือต้าเหลียนในมณฑลเหลียวหนิง) หลังจากนั้น นำรถห้องเย็นลงเรือเพื่อตรงไปยังท่าเรือต้าเหลียน และท้ายที่สุด นำผลไม้มาส่งขายจำหน่ายที่ตลาดขายส่งผลไม้ในเมืองต้าเหลียน โดยระยะเวลาในการขนส่งจากตลาดขายส่งในกว้งตง มาจนถึงตลาดขายส่งในต้าเหลียน ใช้เวลาทั้งสิ้นประมาณ 48 ชั่วโมง จากกรณีตัวอย่างข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า สินค้าของไทยที่วางขายอยู่ในเมืองหรือมณฑลอื่นๆ ของจีน บางส่วนเป็นสินค้าที่ขนส่งผ่านมณฑลกว้งตงเป็นหลัก

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของกว้างตงในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 กว้างตงมียอดขายปลีกประมาณ 637 พันล้านหยวน (อันดับ 1 ของจีน) มีประชากรเกือบ 84 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 13,628 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 4,636 หยวน โดยเฉพาะรายได้ของประชากรในเขตเศรษฐกิจพิเศษอย่างเช่นเมืองเซินเจิ้นอยู่ในระดับสูงติดอันดับต้นๆ ของประเทศ จึงนับเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดในประเทศจีน ทั้งในแง่จำนวนประชากร รายได้ประชากร และปริมาณการจับจ่ายใช้สอย นอกจากนี้ ชาวกว้างตงค่อนข้างจะคุ้นเคยกับสินค้าไทย และนับเป็นตลาดดั้งเดิมที่สำคัญของไทยอีกแห่งหนึ่งในประเทศจีน

ในปัจจุบัน กว้างตงมีร้านค้าและห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าหลายแห่ง อย่างไรก็ตาม ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมการค้าปลีกมีการแข่งขันค่อนข้างสูงขึ้น ในการเจาะเข้าตลาดกว้างตงจึงต้องทำงานหนักและทุ่มเทการทำตลาดให้มาก ทั้งนี้ ห้างโลตัสของเครือซีพีได้เข้าไปเปิดสาขาหลายแห่งทั่วมณฑลกว้างตง เช่น สาขาในนครกว่างโจว และเมืองชานโถว เป็นต้น

ทั้งนี้ เมืองชานโถวได้มีความร่วมมือ “บ้านพี่-เมืองน้อง” กับกรุงเทพมหานครมาตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2000

1.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

กว้างตงนับเป็นมณฑลที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าที่สำคัญของจีน และมีการผลิตสินค้าที่หลากหลายชนิด จึงสามารถเป็นแหล่งสำคัญในการเข้าไปจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) สินค้าสำหรับไทย และในขณะนี้ มีบริษัทจากไทยหลายแห่งได้เข้าไปตั้งสำนักงานในกว้างตงเพื่อดำเนินธุรกิจในการจัดซื้อ/จัดหาสินค้าของกว้างตงเพื่อส่งมายังประเทศไทย เช่น บริษัทค้าสากลซิเมนต์ไทย เป็นต้น

สำหรับสินค้าที่เป็นผลผลิตสำคัญของกว้างตง ส่วนใหญ่เป็นสินค้าในอุตสาหกรรมเบา ได้แก่ เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ โทรทัศน์สี ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า นาฬิกาข้อมือ วิทยุ รองเท้า กระเป๋า ของเด็กเล่น เฟอร์นิเจอร์ และสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ส่วนวัตถุดิบหรือสินแร่ที่สำคัญของกว้างตง ได้แก่ ดินขาว ถ่านหินร่วน เฟอร์เมเนียม พลวง และซิลิกอน เป็นต้น ทั้งนี้ ในปัจจุบัน กว้างตงได้เน้นการพัฒนาและผลิตสินค้าที่เกี่ยวกับการโทรคมนาคมและการสื่อสาร

2) มณฑลเจียงซู

เป็นมณฑลที่อยู่ในกลุ่มเศรษฐกิจงานเจียว โดยตั้งอยู่ติดกับมหานครเซี่ยงไฮ้ ในขณะนี้ เศรษฐกิจของเจียงซูมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของจีน (ในแง่ GDP) และมีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) มากเป็นอันดับ 1 ของจีน และมีการค้า ทั้งด้านการนำเข้าและส่งออกมากเป็นอันดับ 2 ของจีน (รองจากกว้างตง) ที่ผ่านมา รัฐบาลเจียงซูเน้นโครงการลงทุนด้านอุตสาหกรรมหลัก 6 ประเภท คือ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเบา เครื่องจักรกล เครื่องไฟฟ้า อุตสาหกรรม

เคมี และอุตสาหกรรมก่อสร้าง ในปัจจุบัน มณฑลเจียงซูได้กลายเป็นศูนย์กลางการผลิตของ อุตสาหกรรมสารสนเทศและการสื่อสาร ปีโตรเคมี และเกษตรกรรม นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับ ขนาดเศรษฐกิจของประเทศไทยแล้ว พบว่า มณฑลเจียงซูมีขนาดเศรษฐกิจที่ “ใหญ่กว่า” เศรษฐกิจของไทยทั้งประเทศ (ในแง่ของ GDP)

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

2.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า เจียงซูเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าสินค้าจากไทยมากเป็นอันดับ 2 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนร้อยละ 18.59 สำหรับสินค้าสำคัญที่เจียงซูนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่งและสอง คือ กลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องประมวลผลอัตโนมัติ (HS 8473 และ 8471) อันดับสาม กลุ่มแผงวงจรไฟฟ้า (HS 8542) และอันดับสี่และห้า ได้แก่ กลุ่มมันสำปะหลัง (HS 0714) และกลุ่มยางพารา (HS 4001) ตามลำดับ ทั้งนี้ เจียงซูเป็นฝ่ายขาดดุลการค้าให้ไทย

ตารางที่ 10

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลเจียงซู ปี 2004

เมือง	จำนวน ประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตรา เติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
หนานจิง	5.84	191.00	17.3	33,050	328.50	71.14
ซูโจว	5.99	345.00	17.6	57,992	730.75	62.51
อู่ซี	4.47	235.00	17.4	52,825	457.51	57.92
ฉางโจว	3.49	110.06	15.5	31,665	201.27	32.41
หนานทง	7.74	122.61	15.6	15,806	160.34	38.43
หยางโจว	4.54	78.81	14.7	17,359	112.96	22.80
เจิ่นเจียง	2.67	78.12	14.7	29,235	107.31	19.21
เหลียนหยุนกั่ง	4.69	41.64	13.9	8,891	28.82	14.12

ที่มา: Jiangsu Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของเจียงซูในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 เจียงซูมียอดขายปลีกประมาณ 415.97 พันล้านหยวน ซึ่งสูงเป็นอันดับ 3 ของจีน และมีขนาดของผู้บริโภคมากเกือบ 75 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 10,482 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 4,754 หยวน (สูงกว่า

กว้างตง) จึงนับเป็นตลาดศักยภาพที่สำคัญอีกแห่ง ทั้งในแง่จำนวนประชากร รายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค และปริมาณการจับจ่ายใช้สอย อย่างไรก็ดี ผู้บริโภคชาวเจียงซูอาจจะไม่ค่อยได้คุ้นเคยกับสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยมากนัก เพราะสินค้าที่ค้าไทยส่งออกไปเจียงซูส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ

ในปัจจุบัน เจียงซูมีร้านค้าและห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าของต่างชาติหลายแห่ง ประชากรชอบจับจ่ายใช้สอยและนิยมสินค้าทันสมัยมากขึ้น อย่างไรก็ดี ภาครัฐกิจและอุตสาหกรรมการค้าปลีกเริ่มมีการแข่งขันที่รุนแรง ในการเจาะเข้าตลาดเจียงซู จึงต้องเร่งทำตลาดเพื่อให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ตลอดจนกลุ่มอาหารแปรรูปและผลไม้ เป็นต้น

ทั้งนี้ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ลงนามความตกลงร่วมมือด้านการลงทุน (MOU) กับ CCPIT (China Council for the Promotion of International Trade, Jiangsu Sub-Council) ของมณฑลเจียงซู ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2004

2.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

เมื่อพิจารณาจากผลผลิตหลักของมณฑลและจากฐานวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของมณฑล เช่น น้ำมันปิโตรเลียม แก๊สธรรมชาติ และถ่านหิน อีกทั้งยังมีแหล่งแร่نانาชนิดกว่า 100 ชนิด เช่น แร่โลหะ (สังกะสี เงิน ทองคำ ทองแดง และแมงกานีส) และแร่โลหะ (ซัลเฟอร์ ฟอสฟอรัส คริสตัล และเพชร) ดังนั้น สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากเจียงซู จึงมีทั้งแร่โลหะและแร่โลหะที่กล่าวมาแล้ว ตลอดจนสินค้าหรืออุปกรณ์ชิ้นส่วนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ชิ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์การสื่อสาร การผลิตปิโตรเคมี และเคมีภัณฑ์ นอกจากนี้ เจียงซู ทั้งยังเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรต่างๆ ด้วย เช่น ผลิตข้าวสาลีได้มากเป็นอันดับ 5 (รองจากมณฑลเหอหนาน ซานตง เหอเป่ย์ อันฮุย) และพืชน้ำมัน (เช่น เรพซิดและถั่ว) เป็นต้น นอกจากนี้ เจียงซูยังมีชื่อในด้านการผลิตสินค้าขนสัตว์แปรรูป และด้ายดิบ

3) มหานครเซี่ยงไฮ้ (เซี่ยงไฮ้)

มหานครเซี่ยงไฮ้นับเป็นมหานครที่มีความเจริญที่สุดแห่งหนึ่งของจีน และเป็นมณฑลที่มีความเป็นตะวันตกมากที่สุดของจีน มีการเปิดกว้างรับการติดต่อกับโลกภายนอกมานาน จนมีการเปรียบเทียบกับ เซี่ยงไฮ้เป็น “ปารีสแห่งบูรพา (Paris of the East)” หรือ “นิวยอร์กแห่งตะวันออก (New York in the Oriental)” และจากรายงานของ World Economic Forum ในปี 2004 ได้มีการจัดอันดับให้เซี่ยงไฮ้เป็นเมืองทันสมัยอันดับ 25 จาก 53 เมืองใหญ่ทั่วโลก โดยพิจารณาจากพัฒนาการด้านเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจระดับมหภาค และหน่วยงานด้านสาธารณะเป็นหลัก ผู้นำคนสำคัญของจีน เช่น เจียง เจ๋อหมิน หรือ จู หงจี ล้วนเคยเป็นผู้บริหารของเซี่ยงไฮ้มาก่อน และมี

ส่วนสำคัญในการพัฒนาและสร้างความทันสมัยให้กับช่างไห่ โดยเฉพาะนับตั้งแต่ปี 1992 เศรษฐกิจช่างไห่ยังคงเติบโตด้วยตัวเลขสองหลักทั้ง 13 ปี ติดต่อกัน

เมื่อเทียบกับทั้งประเทศ ช่างไห่มีประชากรประมาณร้อยละ 1 และมีขนาดพื้นที่ประมาณร้อยละ 0.06 ของจีนทั้งประเทศ แต่กลับเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญของจีน โดยมีปริมาณการส่งออกและนำเข้าสินค้าสูงติดอันดับ 3 ของประเทศ

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

3.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า มหานครช่างไห่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 3 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนร้อยละ 17.37 สำหรับสินค้าสำคัญที่ช่างไห่นำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง คือ กลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ (HS 8471) อันดับสองและสาม ได้แก่ กลุ่มแผงวงจรไฟฟ้า (HS 8542) และกลุ่มวงจรพิมพ์ (HS 8534) ส่วนกลุ่มยางพารา (HS 4001) นับเป็นสินค้าที่ช่างไห่นำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับสี่ ทั้งนี้ มหานครช่างไห่เป็นฝ่ายขาดดุลการค้าให้ไทย

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของช่างไห่ในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 ประชากรของช่างไห่มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีสูงที่สุดในประเทศจีน (ปี 2004) ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 16,683 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 7,337 หยวน ชาวช่างไห่นิยมความทันสมัยและชอบจับจ่ายใช้สอย ช่างไห่มียอดขายปลีกประมาณ 245.26 พันล้านหยวน ด้วยจำนวนประชากรมากเกือบ 18 ล้านคน ที่สำคัญ คือ มีชาวต่างชาติพักอาศัยอยู่ในช่างไห่เป็นจำนวนมากราว 5 แสนคน (โดยเฉพาะชาวไต้หวันมีมากกว่า 3 แสนคน) และยังเป็นเมืองที่มีคณะนักธุรกิจจากต่างประเทศและคณะนักการทูตต่างชาติมาเยี่ยมเยือนเสมอ ทางด้านการทูต ช่างไห่มีสถานกงสุลใหญ่จากประเทศต่างๆ ราว 46 ประเทศ โดยในขณะนี้ มีบริษัทชั้นนำทั่วโลกกว่า 256 บริษัท ได้เข้ามาเปิดสำนักงานใหญ่ในภูมิภาค (headquarter) ที่ช่างไห่ เช่น Alcatel, Siemens, GE และKomatsu

นอกจากนี้ ยังมีร้านค้า ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าที่ทันสมัย ชาวช่างไห่รุ่นใหม่นิยมสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้าแบรนด์เนม หรือมีการออกแบบดีไซน์ที่ทันสมัย เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากร รายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค และปริมาณการจับจ่ายใช้สอย ช่างไห่จึงนับเป็นตลาดศักยภาพที่สำคัญอีกแห่งของไทย

อย่างไรก็ดี ผู้บริโภคชาวช่างไห่ที่นิยมความหรูหราและชอบสินค้าชื่อดังจากต่างประเทศ อาจจะไม่ค่อยได้คุ้นเคยกับสินค้าจากประเทศไทย รัฐบาลและเอกชนไทยจึงจำเป็นต้องเข้าไปทำการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับ โดยอาจจะใช้ช่องทางสื่อโฆษณาต่างๆ และใช้ดารานักร้องที่มีชื่อเสียงเป็นผู้นำเสนอสินค้า เป็นต้น สำหรับสินค้าที่มีโอกาสในตลาด

ช่างไม้ เช่น สีน้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ออกแบบทันสมัย เครื่องประดับตกแต่งบ้านที่มีดีไซน์เฉพาะ เป็นต้น ทั้งนี้ การแข่งขันในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมการค้าปลีกในช่างไม้ค่อนข้างจะเข้มข้นและรุนแรง ในการเจาะตลาดช่างไม้ จึงเป็นภารกิจที่ไม่ง่ายนักและต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ในด้านความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของไทยกับมหานครช่างไม้ พบว่า จังหวัดเชียงใหม่ได้มีการร่วมมือในลักษณะ “บ้านพี่เมืองน้อง” กับมหานครช่างไม้ ตั้งแต่เดือนเมษายน 2000 และคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ลงนามความตกลงร่วมมือด้านการลงทุน (MOU) กับ Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) และ Chamber of International Commerce (COIC) ของมหานครช่างไม้ ตั้งแต่ปี 2004

3.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

ในขณะนี้ ช่างไม้เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมที่สำคัญของจีนหลายด้าน ดังนั้น สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากช่างไม้ ได้แก่ เหล็กกล้าและเหล็กกล้าม้วน เหล็กหลอม ถ่านโค้ก โลหะที่ผสมเหล็ก ยานยนต์ เครื่องมือสกัดโลหะ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (เช่น เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ครบชุด เครื่องวัด และคอมพิวเตอร์) เคมีภัณฑ์ (เช่น กรดกำมะถัน โซดาไฟ ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง ยาเคมี ยางสังเคราะห์ และพลาสติก) เป็นต้น

4) มณฑลซานตง

ซานตงเป็นมณฑลขนาดใหญ่ โดยมีพื้นที่ชายทะเลติดกับทะเลเหลืองและอ่าวโป๋ไห่ โดยมีเมืองเอก คือ นครจีหนาน และเมืองสำคัญอื่นๆ เช่น เมืองชิงเต่า เมืองเยียนไถ และเมืองเว่ยไห่ เป็นต้น โดยเฉพาะเมืองชิงเต่า และเมืองเยียนไถ นับเป็น 2 ใน 14 เมืองเปิดชายทะเลเมืองเปิดตามชายทะเล (Open Coastal Cities) ที่รัฐบาลจีนประกาศให้การส่งเสริมการพัฒนามาตั้งแต่ปี 1984

ในด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ซานตงมีเครือข่ายการขนส่งที่ค่อนข้างทันสมัยและครบถ้วน โดยเฉพาะท่าเรือน้ำลึกในเมืองชิงเต่า นับเป็นท่าเรือน้ำลึกโดยธรรมชาติที่ไม่มีโคลนตมและไม่เย็นจัดจนแข็งตัวในหน้าหนาว ทำให้ท่าเรือชิงเต่ามีบทบาทสำคัญในการขนส่งทางทะเลของภูมิภาคจีนตอนเหนือ โดยมีการเชื่อมโยงเส้นทางกับท่าเรือมากกว่า 450 แห่ง ใน 130 กว่าประเทศ โดยท่าเรือชิงเต่าสามารถรองรับสินค้าได้กว่า 160 ล้านตัน และจัดเป็นท่าเรืออันดับ 3 ของจีน (รองจากท่าเรือช่างไม้ และเซินเจิ้น)

สำหรับสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลก และมีฐานการผลิตในซานตง ได้แก่ กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า Haier, เครื่องใช้ไฟฟ้า Hisin, เปียร์ Qingdao, รถจักรยานยนต์ ingqi, เครื่องซักผ้า Xiaoya, เครื่องดื่ม Kongfujia, รถไถ Huanghe, และเซรามิก Zibo เป็นต้น สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า Haier และเปียร์ Qingdao ติดอันดับ 10 ยอดสินค้าและตราสินค้าที่มีชื่อเสียงและมีมูลค่าสูงสุดของจีนด้วย

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส**4.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย**

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า ซานตงเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 5 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับที่เจ้อเจียงนำเข้าจากไทย คือ ร้อยละ 4.55 สำหรับสินค้าสำคัญที่ซานตงนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มยางพารา (HS 4001)³ อันดับสอง กลุ่มมันสำปะหลัง (HS 0714) และอันดับสาม กลุ่มยางผสมชนิดอันวัลแคนไนซ์ในลักษณะขี้ปูลม หรือเป็นแผ่น แผ่นบางหรือเป็นแถบ (HS 4005) และอันดับสี่ คือ กลุ่มเส้นใยสังเคราะห์สำหรับการปั่นด้าย (HS 5503) ทั้งนี้ ซานตงเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าไทย

ตารางที่ 11**เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลซานตง ปี 2004**

เมือง	จำนวนประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
จี่หนาน	5.90	161.88	15.6	27,610	61.70	62.10
ชิงเต่า	7.31	216.38	16.8	29,808	102.40	60.50
เถียนไถ	6.47	163.09	17.5	25,059	84.00	44.0
เหว่ยฟาง	8.51	124.64	16.9	14,678	61.80	40.50
จื่อโป	4.15	123.10	17.0	29,729	70.80	30.0
เว่ยไห่	2.48	100.88	17.1	40,677	56.90	23.80

ที่มา: Shandong Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของซานตงในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 พบว่า ซานตงมีขนาดเศรษฐกิจและขนาดของประชากรที่ค่อนข้างใหญ่ เปรียบเสมือนกับเป็นประเทศหนึ่งประเทศ โดยเฉพาะ GDP ของซานตงที่สูงกว่า GDP ของไทยทั้งประเทศ ดังนั้น ตลาดของซานตงจึงมีขนาดค่อนข้างใหญ่ด้วยประชากรที่มีมากถึง 91.8 ล้านคน ซึ่ง

³เหตุผลที่ซานตงมีการนำเข้ายางพาราจากไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากเป็นฐานการผลิตล้อรถที่สำคัญของจีน โดยที่เมืองเว่ยไห่ของมณฑลซานตง ซึ่งอยู่ทางเหนือของท่าเรือชิงเต่า (ใช้เวลาขนส่งประมาณ 2 ชั่วโมง) มีโรงงานผลิตยางล้อรถ และล้อเครื่องบิน เป็นกิจการรัฐวิสาหกิจ ชื่อว่า บริษัท Triangle ซึ่งเป็นบริษัทผลิตยางของจีนที่ใหญ่เป็นอันดับหนึ่ง และใกล้เคียง กับเมืองเว่ยไห่ ยังมีโรงงานผลิตยางล้อรถอันดับสามของจีนเช่นกัน (สัมภาษณ์ แหว่ดาว อังคะวานิช, ผู้จัดการทั่วไป บริษัท Regional Container Lines Shipping (RCL) สาขาเมืองชิงเต่า, 31 มีนาคม 2549)

มากเป็นอันดับ 2 ของจีน และเป็นตลาดผู้บริโภคอันดับ 3 ในจีน โดยประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 9,438 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 3,507 หยวน ตลอดจนมียอดขายปลีกสูงประมาณ 448.34 พันล้านหยวน ซึ่งสูงเป็นอันดับ 2 ของจีน ดังนั้นเมื่อประเมินทั้งในแง่จำนวนประชากร รายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค และปริมาณการจับจ่ายใช้สอย ชานตงจึงนับเป็นตลาดศักยภาพที่สำคัญมากของจีนที่ไทยไม่ควรมองข้าม และควรให้ความสำคัญในการเข้าไปทำการตลาดและส่งเสริมสินค้าของไทยให้ผู้บริโภคในชานตงได้รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้ หน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลไทยก็ควรที่จะเข้าไปสร้างความสัมพันธ์และสร้างความร่วมมือกับมณฑลชานตงให้มากกว่านี้ ทั้งนี้ เท่าที่สำรวจข้อมูลพบว่า จังหวัดกุ่ตักกับเมืองเหียนไถของมณฑลชานตงได้มีการลงนามสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะ “บ้านพี่-เมืองน้อง” มาตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน 1997 ดังนั้น รัฐบาลและภาคธุรกิจของไทยความจะใช้ประโยชน์จากกลไกดังกล่าวในการขยายความร่วมมือกับชานตง ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกต่อไป

4.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

นอกจากด้านการส่งออกสินค้าของไทยไปยังตลาดของชานตงแล้ว ในขณะเดียวกัน ไทยสามารถนำเข้าหรือจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) สินค้าหรือวัตถุดิบที่สำคัญจากชานตงเพื่อมาใช้ในการกระบวนการผลิตหรือแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศไทยได้เช่นกัน เนื่องจากชานตงเป็นแหล่งวัตถุดิบ/ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของจีนอีกแห่งหนึ่ง เช่น ในกลุ่มสินค้าเกษตรชานตงเป็นฐานการผลิตข้าวสาลี ฝ้าย พืชน้ำมัน ผักและผลไม้เมืองหนาว (โดยเฉพาะแอปเปิ้ลจากเมืองเหียนไถ และสตี้จากเมืองหลายหยาง เป็นสินค้ามีชื่อของชานตง) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของชานตงได้แก่ เหล็กกล้า เหล็กม้วน เป็นต้น นอกจากนี้ ชานตงยังเป็นแหล่งผลิตสินแร่ที่สำคัญของจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกำมะถัน คาร์บอน ทองแดง เพชร และมีการผลิตทองมากที่สุดในจีน

5) มณฑลเจ้อเจียง

เจ้อเจียงเป็นมณฑลที่มีจุดเด่นด้านภูมิศาสตร์จากการมีชายฝั่งทะเลยาวที่สุดในประเทศจีนประมาณ 6,486 กิโลเมตร จึงเหมาะสมในการเป็นเมืองท่าในการติดต่อกับนานาชาติ นอกจากนี้อเจ้อเจียงยังเป็นมณฑลที่มีภาคเอกชนและธุรกิจที่มีความโดดเด่น โดยมีบริษัทเอกชนมากกว่า 3 แสนราย มีมูลค่าผลผลิตรวมราวร้อยละ 52 ของ GDP ของมณฑล และมีชาวเจ้อเจียงที่เป็นเจ้าของกิจการหรือทำงานในบริษัทเอกชนกว่า 7.20 ล้านคน ชาวเจ้อเจียงได้รับการกล่าวถึงว่าเป็น “นักการค้า” ที่ทำธุรกิจเก่งที่สุดในประเทศ โดยเฉพาะนักธุรกิจจากเมืองเวินโจว และเจ้อเจียงยังมีศูนย์กลางสินค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจีนและของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อยู่ที่เมืองอู๋ โดยมีย่านธุรกิจเอกชนจีนจำนวนมากเข้าไปเปิดร้านและประกอบกิจการขายปลีกและขายส่งในเมืองอู๋

โดยสรุป การเติบโตทางเศรษฐกิจของมณฑลเจ้อเจียงส่วนใหญ่มาจากการเติบโตของภาคเอกชนภายในมณฑลที่เข้มแข็งขึ้น โดยเฉพาะบริษัทท้องถิ่นของมณฑลเจ้อเจียงติดอันดับบริษัทเอกชนที่มีมูลค่าการผลิต ยอดขาย และมูลค่าการค้าปลีกในอันดับต้นๆ ของประเทศ

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

5.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า เจ้อเจียงเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 4 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) หากแต่มีสัดส่วนไม่มากเมื่อเทียบกับสามอันดับแรก คือ มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 4.62 สินค้าสำคัญที่เจ้อเจียงนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มกรดโพลิคาร์บอกซิลิก (HS 2917) อันดับสอง กลุ่มยางพารา (HS 4001) อันดับสาม กลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ (HS 8471) และอันดับสี่ กลุ่มมอเตอร์ไฟฟ้าและเครื่องกำเนิดไฟฟ้า (HS 8501) ทั้งนี้ เจ้อเจียงเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าไทย

ตารางที่ 12

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลเจ้อเจียง ปี 2004

เมือง	จำนวนประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
หางโจว	6.52	251.50	NA	38,858	438.07	70.43
หนิงโป	5.53	215.80	NA	39,174	381.50	59.56
เจียซิง	3.34	105.06	NA	31,506	174.46	32.53
หูโจว	2.57	59.07	NA	22,966	83.27	20.83
เส้าซิง	4.35	131.39	NA	30,254	251.43	33.54
เวินโจว	7.46	140.26	NA	18,846	188.64	58.93
ไถโจว	5.56	117.38	NA	21,177	135.29	30.29

ที่มา: Zhejiang Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของเจ้อเจียงในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 เจ้อเจียงมียอดขายปลีกประมาณ 364.54 พันล้านหยวน ซึ่งสูงเป็นอันดับ 4 ของจีน และมีขนาดของผู้บริโภควัดจากจำนวนประชากรราว 47 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 14,546 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 6,096 หยวน (สูงเป็นอันดับ 3 ของจีน) ดังนั้น หากพิจารณาในแง่จำนวนประชากร รายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค และปริมาณการใช้จ่ายใช้สอย เจ้อเจียงจึงนับเป็นตลาดศักยภาพที่สำคัญอีกแห่งของ

จีน และจากการสำรวจตลาด พบว่า มีสินค้าในกลุ่มอาหารของไทย โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิและผลไม้ไทยวางขายอยู่ในเมืองสำคัญของเจ้อเจียง เช่น นครหางโจวและเมืองหนิงโป

ในปัจจุบัน เจ้อเจียงมีร้านค้า ห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าของต่างชาติที่ทันสมัยหลายแห่ง เข้าไปขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้าพาร์คสันจากมาเลเซีย เนื่องจากประชากรชาวเจ้อเจียงมีรายได้และอำนาจซื้อสูงมากขึ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจภาคเอกชนของเจ้อเจียงที่ทำธุรกิจเก่งและมีฐานะร่ำรวยขึ้น มีบ้านและรถยนต์เป็นของตนเอง ทำให้มีอุปสงค์ต่อเนื่อง (derived demand) ไปยังธุรกิจอื่นๆ เช่น ความต้องการในสินค้าประดับหรือตกแต่งบ้าน สินค้าอัญมณีหรือเครื่องประดับเพื่อแสดงฐานะทางสังคมของตนเอง เป็นต้น

ทั้งนี้ มณฑลเจ้อเจียงได้มีความร่วมมือ “บ้านพี่-เมืองน้อง” กับจังหวัดพิษณุโลก จึงเป็นอีกช่องทางในการขยายความร่วมมือทางการค้า ตลอดจนการลงทุนระหว่างกัน

5.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

เมื่อพิจารณาจากผลผลิตหลักของมณฑลและจากฐานวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของมณฑล พบว่า สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากเจ้อเจียงได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป โดยเฉพาะการจัดซื้อจากแหล่งการค้าและกระจายสินค้าในเมืองอู่ ทั้งนี้ สินค้าเหล่านี้จะมีคุณภาพและราคาในระดับที่สอดคล้องกัน (เช่น ถ้าราคาถูกมาก คุณภาพก็จะต่ำมากเช่นกัน) นอกจากนี้ เจ้อเจียงยังเป็นมณฑลที่มีการผลิตสินค้าประเภทใหม่จีน สินค้าขนสัตว์ ขา รังไหมดิบ ป่าน ถั่ววอลนัท และกลุ่มวัตถุดิบและสินแร่ เช่น ถ่านหิน สารส้ม หินปูน ฟลูโอไรท์ ดินสอทรายเปลือกแข็ง ไปจนถึงสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม เช่น เครื่องกำเนิดไฟฟ้า เครื่องมือสกัดโลหะ เส้นใยสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์โลหะ เป็นต้น

6) มหานครเป่ย์จิง (ปักกิ่ง)

มหานครเป่ย์จิง เมืองหลวงของประเทศจีน นอกจากจะเป็นศูนย์กลางทางการเมือง วัฒนธรรม และการต่างประเทศของจีนแล้ว เป่ย์จิงยังเป็นศูนย์การศึกษา มีสถาบันการศึกษาชั้นนำกว่า 70 แห่ง และการวิจัยทางวิทยาศาสตร์กว่า 4,000 แห่ง มีนักวิทยาศาสตร์ประมาณ 2.7 แสนคน ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เป่ย์จิงมีศักยภาพในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอุปกรณ์โทรคมนาคมและการสื่อสาร โดยรัฐบาลได้ผลักดันให้เขตเทคโนโลยีจงกวน หรือ “จงกวนซุน” (Zhongguancun) ซึ่งเป็นเขตพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของกรุงเป่ย์จิงให้เป็นเสมือน Silicon Valley ของจีนด้วย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเป่ย์จิงนับเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของรัฐบาลเป่ย์จิงอีกทางหนึ่ง โดยในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวต่างชาติกว่า 90 ล้านคนเดินทางมาเยือนเมืองหลวงแห่งนี้

ในการผลิต เปียจมีภาคอุตสาหกรรมหนักที่สำคัญ เช่น การผลิตเคมีภัณฑ์ และเครื่องจักร ตลอดจนอุตสาหกรรมรถยนต์

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

6.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า มณฑลเปียวจินเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 7 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.8 สำหรับสินค้าสำคัญที่เปียวจินนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (HS 8529) อันดับสอง กลุ่มแผงวงจรไฟฟ้า (HS 8542) และอันดับสาม กลุ่มยางพารา (HS 4001) ส่วนสินค้าเกษตรที่เปียวจินนำเข้าจากไทย พบว่า มีการนำเข้าข้าว (HS 1006) มากเป็นสินค้าอันดับแปด

ทั้งนี้ เนื่องจากมณฑลเปียวจินไม่มีทางออกทะเล สินค้าบางส่วนที่ขนส่งทางทะเลต้องไปขึ้นที่ท่าเรือเทียนจิน ก่อนจะลำเลียงเข้าสู่ตลาดของเปียวจินต่ออีกทอดหนึ่ง โดยมณฑลเปียวจินเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าไทย

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของเปียวจินในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 มณฑลเปียวจินมีประชากรประมาณ 14.9 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 15,638 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 7,172 หยวน (สูงเป็นอันดับ 2 ของจีน) และสูงกว่ารายได้เฉลี่ยของคนไทย เปียวจินยอดขายปลีกประมาณ 219.18 พันล้านหยวน สูงเป็นอันดับ 11 ของประเทศ จึงนับเป็นตลาดศักยภาพที่สำคัญอีกแห่งของจีน ทั้งในแง่รายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค และปริมาณการใช้จ่ายใช้สอย โดยเฉพาะคนจีนรุ่นใหม่ที่เข้ามาทำงานในมณฑลเปียวจินจำนวนมาก เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ไทยควรให้ความสำคัญ เพราะชาวจีนชั้นกลางเหล่านี้รักความสะดวกสบายและนิยมความทันสมัย สามารถใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าราคาแพงได้ง่าย หากถูกใจหรือมีความพอใจ อยากรักก็ซื้อ ผู้บริโภคชาวจีนกลุ่มนี้อาจจะนิยมสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักระดับโลก ดังนั้น หากสินค้าไทยต้องการเข้าไปเจาะตลาดสำหรับกลุ่มคนเหล่านี้ จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการทำการตลาดและการโฆษณาสร้างภาพลักษณ์ของความทันสมัยเหมาะสมสำหรับคนรุ่นใหม่ด้วย กลุ่มสินค้าจากไทยที่มีโอกาส เช่น กลุ่มสินค้านำเข้าระดับบน สินค้าพรีเมียม สินค้ามีการออกแบบดีไซน์ และกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น

ทั้งนี้ กรุงเทพมหานครและมณฑลเปียวจินได้มีความร่วมมือในลักษณะ “บ้านพี่-น้อง” มาตั้งแต่วันที่ 26 พฤษภาคม 1993 จึงนับว่ามีรากฐานของความร่วมมือระดับรัฐบาลท้องถิ่นมานานพอสมควร (ไม่ได้มีเพียงความร่วมมือของรัฐบาลไทยและรัฐบาลกลางของจีนในระดับประเทศเท่านั้น) จึงควรที่จะใช้ประโยชน์จากกลไกความร่วมมือเหล่านี้ เพื่อขยายการค้าและการลงทุนระหว่างกันให้มากขึ้น

6.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

นอกจากนี้ สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากมหานครเป่ย์จิง ได้แก่ สินค้าหรือกลุ่มกิ่งวัตถุดิบในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และโทรคมนาคม เป็นต้น รวมทั้งกลุ่มสินแร่หรือวัตถุดิบที่มีอยู่มากในเป่ย์จิง ได้แก่ หินอ่อน หินปูน เหล็ก และทองแดง เป็นต้น

7) มณฑลฝูเจี้ยน (ฮกเกี้ยน)

ฝูเจี้ยนตั้งอยู่ชายฝั่งตรงข้ามไต้หวัน และเป็นมณฑลที่มีชายฝั่งทะเลยาวเป็นอันดับสองของจีนประมาณ 3,324 กิโลเมตร จึงทำให้ฝูเจี้ยนมีท่าเรือขนส่งสินค้าที่สำคัญหลายแห่ง และสามารถรองรับการขนส่งได้กว่า 69 ล้านตันต่อปี โดยท่าเรือที่สำคัญ เช่น ท่าเรือหม่าเหว่ย ในนครฝูโจว เมืองเอกของฝูเจี้ยน รวมทั้งท่าเรือคงตู้และท่าเรือหมยโจวที่เมืองเจียเหมิน ซึ่งเป็น 1 ใน 4 เขตเศรษฐกิจพิเศษเริ่มแรกของจีนมาตั้งแต่ปี 1979 นอกจากนี้ ฝูเจี้ยนยังมีภาคเอกชนที่เข้มแข็ง และภาครัฐวิสาหกิจลดความสำคัญลง โดยมีสัดส่วนการผลิตเพียงร้อยละ 9.6 ของมูลค่าการผลิตรวมของมณฑล ตัวอย่าง บริษัทเอกชนของฝูเจี้ยน ที่ผลิตสินค้ามีชื่อเสียง เช่น Heng-an, Seven Wolf, Qi'pai, An'ta, Nan Fu และFu Gui Niao เป็นต้น

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

7.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า ฝูเจี้ยนเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 6 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนไม่มกราวร้อยละ 2.56 สำหรับสินค้าสำคัญที่ฝูเจี้ยนนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ (HS 8471) อันดับสอง กลุ่มยางพารา (HS 4001) และอันดับสาม กลุ่มไซคลิกไฮโดรคาร์บอน (HS 2902) ส่วนสินค้าเกษตรที่ฝูเจี้ยนนำเข้าจากไทย พบว่า มีการนำเข้าข้าว (HS 1006) มากเป็นสินค้าอันดับสิบ ทั้งนี้ ฝูเจี้ยนเป็นฝ่ายขาดดุลการค้าให้ไทย

ตารางที่ 13

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลฝูเจี้ยน ปี 2004

เมือง	จำนวน ประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
ฝูโจว	6.09	154.85	13.0	23,444	167.09	58.04
เฉียนโจว	6.65	160.30	14.2	21,260	165.95	47.03
เฉียนเหมิน	1.47	88.32	16.0	40,147	179.67	26.03
จางโจว	4.56	70.11	11.6	15,058	48.91	19.94
ฝูเถียน	3.04	30.85	13.0	11,112	27.74	9.72

ที่มา: Fujian Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของฝูเจี้ยนในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 ฝูเจี้ยนมีกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยประชากรของฝูเจี้ยนซึ่งมีอยู่มากกว่า 35 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 11,175 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 4,089 หยวน และมียอดขายปลีก ประมาณ 199.58 พันล้านหยวนมากเป็นอันดับ 13 ของประเทศ ที่สำคัญ ชาวฝูเจี้ยนมีความคุ้นเคย และรู้จักสินค้าของไทยในระดับหนึ่ง เช่น ข้าวหอมมะลิหรือผลไม้ไทย หากแต่ยังมีปริมาณการนำเข้าสินค้าเหล่านี้จากไทยโดยตรงไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะนำเข้าโดยผ่านฮ่องกงหรือผ่านมณฑลกว่างตง ทำให้ไม่มีการบันทึกข้อมูลการค้าสินค้าในกลุ่มนี้ระหว่างฝูเจี้ยน-ไทยโดยตรงมากนัก

ดังนั้น หากประเมินจากขนาดของผู้บริโภค รายได้และอำนาจซื้อ ตลอดจนปริมาณการจับจ่ายใช้สอย และความคุ้นเคยต่อสินค้าไทยแล้ว นับได้ว่าฝูเจี้ยนเป็นมณฑลศักยภาพที่ควรที่จะเข้าไปขยายฐานตลาดสินค้าไทยให้กว้างขึ้น และควรที่จะมีการค้าขายและลำเลียงและขนส่งสินค้าไปยังมณฑลฝูเจี้ยนโดยตรงให้มากขึ้น

สำหรับเส้นทางขนส่งและลำเลียงสินค้าเพื่อเชื่อมโยงกับไทย พบว่า ควรจะเลือกขนส่งสินค้าไปยังท่าเรือในเมืองเฉียนเหมิน ซึ่งเป็นเมืองธุรกิจและเป็นเมืองท่าที่มีความสำคัญในแง่ของการขนส่งและกระจายสินค้า เนื่องจากมีความพร้อมด้านท่าเรือและระบบคมนาคม โดยเฉพาะท่าเรือน้ำลึกขนาดใหญ่ คือท่าเรือตงตู้ และท่าเรือเหมย์โจว สามารถใช้เป็นประตูการค้าแห่งใหม่ของสินค้าไทย เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งจากเดิมที่ไทยจะใช้ท่าเรือในนครกว่างโจวเป็นเมืองท่าหลักในการส่งสินค้าไปยังประเทศจีนมานาน

เมืองเฉียนเหมินยังมีตลาดขายส่งผลไม้ชื่อ Xiamen Bridge Fruits Wholesale Market ซึ่งมีผลไม้จากไทยวางจำหน่ายอยู่บ้าง เช่น ลำไยสด และทุเรียน โดยส่วนใหญ่จะนำเข้าผ่านทางนครกว่าง

โจวในมณฑลกว่างตง แต่ยังไม่มีการขนส่งจากไทยตรงไปยังท่าเรือของเมืองเซี่ยเหมินมากนัก ยกเว้นลำไยอบแห้งบางส่วนที่มีการนำเข้าผ่านทางท่าเรือของนครฝูโจว เพื่อส่งต่อไปยังศูนย์กลางลำไยอบแห้งที่เมืองฝูเถียนก่อนที่จะมีการกระจายต่อไปยังตลาดของมณฑลอื่นๆ นอกจากนี้ ผู้บริโภคในเมืองเซี่ยเหมินยังมีศักยภาพในการเป็นตลาดผู้บริโภคที่สำคัญสำหรับไทย เนื่องจากมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีสูงเป็นอันดับต้นของประเทศ

7.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

เมื่อพิจารณาจากผลผลิตหลักของมณฑลและจากฐานวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของมณฑล พบว่า สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากฝูเจี้ยน ได้แก่ เหล็ก ถ่านหิน แร่โมลิบดีนัม แมงกานีส เกลือแกง และกราไฟต์ กลุ่มสินค้าเกษตร เช่น ข้าวสาลี งาม และชา ส่วนสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม เป็นต้น

8) มหานครเทียนจิน

เทียนจินเป็นมหานครที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจีน และเป็นหนึ่งในศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทางเหนือของจีน ที่สำคัญ เทียนจินเป็นเมืองท่าสำคัญออกสู่ทะเลสำหรับเมืองหลวงของจีนมาตั้งแต่สมัยราชวงศ์หยวน และในปี 1984 รัฐบาลกลางจีนยังได้ประกาศให้เทียนจินเป็น 1 ใน 14 เมืองเปิดตามชายทะเล (Open Coastal Cities) ในปี 1984 และรัฐบาลเทียนจินได้ตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจ “Tianjin Economic Technological Development Area: TEDA” เพื่อรองรับการเป็นเมืองท่านานาชาติของเทียนจิน และเพื่อให้การส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ โดยมีหน่วยงานดูแลการลงทุนที่เป็นระบบ และคอยให้คำแนะนำและให้บริการแก่บริษัทต่างชาติ เช่น การลงทุนโครงการที่ไม่เกิน 30 ล้านดอลลาร์ สรอ. ก็จะได้รับพิจารณาและอนุมัติได้ภายใน 5 วันทำการ เป็นต้น

ด้านทำเลที่ตั้ง เขต TEDA ตั้งอยู่ใกล้กับชายฝั่งทะเลโดยห่างจากท่าเรือชินกั่งของเทียนจินเพียง 5 กิโลเมตรและห่างจากมหานครเป่ย์จิงประมาณ 130 กิโลเมตร โดยใช้เส้นทางด่วนสายเป่ย์จิง-เทียนจิน-ถังกู่ พาดผ่าน โดยเขต TEDA เป็นทั้งเขตอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรมที่ใหญ่ที่สุดของเทียนจินมีพื้นที่ประมาณ 40 ตารางกิโลเมตร เปรียบเสมือนเป็นเมืองเล็กๆ ที่สมบูรณ์แบบ มีทั้งเขตที่อยู่อาศัย เขตพื้นที่ธุรกิจและพาณิชยกรรม เขตโรงงานอุตสาหกรรม โรงไฟฟ้า ไปจนถึงเขตการศึกษา มหาวิทยาลัย และโรงเรียนนานาชาติ ตลอดจนเขตพักผ่อน ร้านอาหาร และโรงแรม 5 ดาว

สำหรับท่าเรือน้ำลึกของเทียนจิน คือ ท่าเรือชินกั่ง ตั้งอยู่ตรงปากแม่น้ำไห่เหอตรงทางเชื่อมออกสู่อ่าวโป๋ไห่ เทียนจินยังเป็นเมืองท่าในการขนส่งทางทะเลระหว่างภูมิภาคจีนตอนเหนือและจีนตอนใต้ เช่น การขนส่งน้ำตาลของบริษัทน้ำตาลมิตรผลที่ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของจีนในกว่างซีก็ใช้วิธีขนส่งทางทะเลจากท่าเรือน้ำลึกในกว่างซี เช่น ท่าเรือชินโจว ตรงมายังท่าเรือเทียนจิน เพื่อ

กระจายต่อไปให้กับลูกค้าน้ำตาลของบริษัทที่อยู่ทางตอนเหนือของประเทศ ซึ่งในการกระจายสินค้าต่อจากท่าเรือเทียนจินเป็นไปได้ 3 วิธี คือ ทางรถ ทางเรือแม่น้ำ และทางรถไฟ เป็นต้น

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

8.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า มหานครเทียนจินมีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 8 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.62 สำหรับสินค้าสำคัญที่เทียนจินนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มยางพารา (HS 4001) อันดับสอง กลุ่มไดโอด ทรานซิสเตอร์และกลอุปกรณ์กึ่งตัวนำ (HS 8541) และอันดับสาม กลุ่มแผงวงจรไฟฟ้า (HS 8542) นอกจากนี้ เนื่องจากการเป็นฐานผลิตรถยนต์ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจีน เทียนจินมีการนำเข้าส่วนประกอบและชิ้นส่วนยานยนต์จากไทย (HS 8708) เป็นสินค้าอันดับสี่ ในขณะที่มีการนำเข้าสินค้าเกษตรจากไทยน้อยมาก ทั้งนี้ เทียนจินเป็นฝ่ายขาดดุลการค้าให้ไทย

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของเทียนจินในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 เทียนจินเป็นเมืองที่มีความทันสมัยและมีประชากรที่มีรายได้สูงขึ้น เทียนจินมีประชากรจำนวน 10.24 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 14,467 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 6,525 หยวน สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของคนไทยทั่วประเทศ ที่สำคัญ ไทยกับเทียนจินสามารถค้าขายกันโดยตรงโดยการขนส่งทางเรือ และทางอากาศ ซึ่งที่ผ่านมา สินค้าไทยส่วนใหญ่ที่ส่งไปเทียนจินจะอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น ยางพารา จึงควรจะมีการเน้นส่งเสริมการส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มหรือมีการแปรรูปไปยังเทียนจินมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์จากยางพารา รวมทั้งสินค้าในกลุ่มอุปโภคบริโภคสำหรับตลาดในกลุ่มคนชั้นกลาง หรือชาวจีนรุ่นใหม่ที่เข้ามาทำงานในเขตเศรษฐกิจต่างๆ ที่รัฐบาลเทียนจินได้จัดขึ้นและส่งเสริมการลงทุน (เช่น เขต Tianjin Economic and Development Area: TEDA) โดยกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่เหล่านี้ต้องการความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต เช่น อาหารแปรรูปที่พร้อมรับประทาน เป็นต้น

ในปัจจุบัน เทียนจินได้มีร้านค้า ห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าของต่างชาติหลายแห่ง เข้าไปเปิดสาขา รวมทั้งร้านโลตัสในเครือซีพีจากประเทศไทยด้วย

8.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

เมื่อพิจารณาจากผลผลิตหลักและฐานวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของเทียนจิน พบว่า สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากเทียนจิน ได้แก่ ถ่านหิน เหล็ก ทองแดง ตลอดจนสินค้ากึ่งวัตถุดิบในกลุ่มอุตสาหกรรมได้แก่ ท่อเหล็กไร้รอยต่อ ไยเคมี อุปกรณ์โทรคมนาคมเคลื่อนที่ และเอทีลิน เป็นต้น

9) มณฑลเหลียวหนิง

เหลียวหนิงเป็นศูนย์กลางการพัฒนาและศูนย์กลางทางธุรกิจและการค้าของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน (จีนอีสานหรือตงเป๋ย) เนื่องจากมีเครือข่ายการคมนาคมขนส่งที่สามารถเชื่อมโยงกับเมืองและมณฑลต่างๆ เช่น เส้นทางรถไฟสายชิง-ฮา ซึ่งเชื่อมระหว่างกรุงเป่ย์จิงและนครฮาเอ๋อร์ปิ่น ในมณฑลเฮยหลงเจียง และรถไฟสายเส้น-ต้า ที่เชื่อมระหว่างนครเหลียวหยางและเมืองต้าเหลียน ที่สำคัญคือ โครงการก่อสร้างสะพานข้ามอ่าวโป๋ไห่ ระยะทาง 147 กิโลเมตร เพื่อเชื่อมระหว่างเมืองต้าเหลียนในมณฑลเหลียวหนิงกับเมืองเยียนไถในมณฑลซานตง ซึ่งถือเป็นเส้นทางสำคัญในการเชื่อมโยงภูมิภาคจีนอีสานกับกลุ่มเศรษฐกิจอ่าวโป๋ไห่-ทะเลเหลือง ซึ่งจะประหยัดเวลา ไม่ต้องอ้อมผ่านมหานครเป่ย์จิงหรือมหานครเทียนจิน

สำหรับเส้นทางถนน มีการขยายช่องทางเส้นทางด่วนระหว่างนครเหลียวหยางและเมืองต้าเหลียน ระยะทาง 348 กิโลเมตร จากเดิม 4 ช่องทางขยายเป็น 8 ช่องทางด่วน และเปิดใช้เส้นทางด่วนระหว่างนครเหลียวหยางและกรุงเป่ย์จิง ระยะทาง 658 กิโลเมตร ซึ่งเป็นเส้นทางด่วน 6 ช่องทางที่ยาวที่สุดในประเทศจีน

ด้านการขนส่งทางทะเล มณฑลเหลียวหนิงมีท่าเรือขนส่งระหว่างประเทศหลายแห่ง เช่น ท่าเรือต้าเหลียน และท่าเรือหนูลู่เต่า โดยเฉพาะท่าเรือในเมืองต้าเหลียน ซึ่งตั้งอยู่บนแหลมเหลียวตงกั้นระหว่างอ่าวโป๋ไห่และทะเลเหลืองถือเป็นท่าเรือคลังสินค้าที่ใหญ่อันดับ 4 ของจีน และล่าสุดรัฐบาลเหลียวหนิงได้ขยายท่าเรือในเมืองต้าเหลียน จากท่าเรือแห่งเดิมที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง ออกไปสร้างท่าเรือแห่งใหม่ ชื่อว่า “ต้าเหลียนวันกั๋ง” ซึ่งเป็นการร่วมทุนกันระหว่างหน่วยงานการทำเรือแห่งเมืองต้าเหลียน (Dalian Gang Jituan) และบริษัทจากประเทศสิงคโปร์ โดยมีท่าเลที่ตั้งไม่ห่างจากเขตพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีต้าเหลียน มีระบบการคมนาคมขนส่งที่สะดวก มีเส้นทางรถไฟเชื่อมโยงไปถึงภายในท่าเรือ และมีศูนย์บริการแบบ one stop service

ด้านการผลิต เหลียวหนิงนับเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหนักของจีน โดยเฉพาะด้านอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ โดยมีนครเหลียวหยางและเมืองต้าเหลียนเป็นศูนย์กลางทางอุตสาหกรรมที่สำคัญ

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

9.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า เหลียวหนิงเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 9 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนไม่มากเพียงร้อยละ 1.22 สำหรับสินค้าสำคัญที่เหลียวหนิงนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มยางพารา (HS 4001) อันดับสอง กลุ่มชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (HS 8529) และอันดับสาม กลุ่มโพลีเอทีล โพลีเอเทอร์อื่นๆ (HS 3907) ส่วนการนำเข้าสินค้าเกษตรหรือเกษตรแปรรูปมีน้อยมาก ทั้งนี้ เหลียวหนิงเป็นฝ่ายได้ดุลการค้ากับไทย

ตารางที่ 14

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลเหลียวหนิง ปี 2004

เมือง	จำนวน ประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
เหลียนหยาง	6.94	190.07	18.54	NA	187.93	80.88
ต้าเหลียน	5.62	196.18	20.16	NA	213.57	64.52
อันชาน	3.47	100.60	27.28	NA	78.80	19.48
ฝูซุ่น	2.25	37.50	19.12	NA	58.08	15.74
จินโจว	3.08	34.31	21.80	NA	36.0	12.11
ตานตง	2.41	29.05	24.73	NA	18.15	10.54
หยิงโข่ว	2.30	31.83	25.61	NA	38.30	9.34

ที่มา: Liaoning Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของเหลียวหนิงในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 ประชากรในเหลียวหนิงซึ่งมีจำนวนราว 42 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 8,008 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 3,307 หยวน และมียอดขายปลีกประมาณ 264.28 พันล้านหยวน ซึ่งสูงเป็นอันดับ 7 ของจีน ดังนั้น หากประเมินทั้งในแง่จำนวนประชากร รายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค ตลอดจนปริมาณการจับจ่ายใช้สอย พบว่า เหลียวหนิงเป็นมณฑลที่มีศักยภาพที่ค่อนข้างสูงในการเป็นตลาดนำเข้าสินค้า โดยเฉพาะเมืองเอก คือ นครเหลียนหยาง มีประชากรราว 6.9 ล้านคน และเมืองที่สำคัญคือ เมืองต้าเหลียน มีประชากรราว 6 ล้านคน

นอกจากนี้ เหลียวหนิงยังมีจุดเด่นด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคจีนตะวันออกเฉียงเหนือ (จินอีसानหรือตงเป่ย) จึงเปรียบเสมือน “ประตูสู่จีนอีसान” ดังนั้น ภาครัฐและเอกชนไทยควรแสวงหาโอกาสและส่งเสริมการค้าขายโดยตรงระหว่างไทย-เหลียวหนิง ซึ่งที่ผ่านมา แม้ว่าเหลียวหนิงจะเป็นแหล่งตลาดที่นำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับ 9 หากแต่สินค้าที่ส่งไปส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัตถุดิบทางการเกษตรในอุตสาหกรรมต้นน้ำ ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มไม่สูงนัก

สำหรับแหล่งกระจายสินค้าและตลาดขายส่งที่สำคัญของเหลียวหนิงมีอยู่ 2 แห่ง ได้แก่ ตลาดขายส่งผลไม้ต้าเหลียนซวงซิง ซึ่งพบว่า มีผลไม้ไทยวางขายอยู่ด้วย ได้แก่ มังคุด ทุเรียน และลำไย ทั้งนี้ เส้นทางลำเลียงผลไม้ไทยไปยังตลาดค้าส่งผลไม้ที่ต้าเหลียน ส่วนใหญ่ใช้วิธีขนส่งผ่านนครกว่างโจว (มณฑลกว่างตง) ก่อน โดยใช้เวลาขนส่งจากตลาดหลี่ซู่ย (กว่างโจว) มายังท่าเรือเมืองเยียนไถ เพื่อข้ามทะเลมายังเมืองต้าเหลียน ใช้เวลาขนส่งทางทะเลประมาณ 6-7 ชั่วโมง นอกจากนี้

ยังมีการขนส่งผลไม้ไทยมาทางอากาศไปยังมหานครเป่ย์จิง ก่อนที่จะขนส่งมายังเมืองต้าเหลียนใช้เวลาราว 6-7 ชั่วโมง นอกจากนี้ ยังมีตลาดขายส่งสินค้าอู่ไ้ ในนครเหลียนหยาง ซึ่งนับเป็นศูนย์กลางและกระจายสินค้าที่ใหญ่ที่สุดของภูมิภาคจีนอีสาน มีผู้คนเข้ามาซื้อขายสินค้ากันอย่างคึกคัก และเปิดให้มีการซื้อขายเฉพาะช่วง 6 โมงเช้าถึงเที่ยงวัน หากแต่ยังไม่มีสินค้าจากไทยวางขายในตลาดอู่ไ้มากนัก จึงควรมีการส่งเสริมและทำการตลาดเพื่อให้สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดภูมิภาคจีนอีสานมากขึ้น

ที่ผ่านมา จังหวัดเพชรบุรีได้ทำความตกลง “บ้านพี่-เมืองน้อง” กับเมืองหูหลูเต่า ของมณฑลเหลียวหนิง มาตั้งแต่วันที่ 10 กันยายน 2002 จึงน่าจะเป็นอีกช่องทางที่รัฐบาลจะนำสินค้าไปแสดงพร้อมๆ ไปด้วยความร่วมมือทางสังคมและวัฒนธรรม ทั้งนี้ หูหลูเต่าเป็นเมืองท่าเล็กๆ ตั้งอยู่บริเวณอ่าวเหลียวตง โดยรัฐบาลมีโครงการที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและที่พักตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยรัฐบาลท้องถิ่นยังได้ให้สิทธิพิเศษทางภาษีเพื่อกระตุ้นการลงทุนด้วย

9.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

สินค้าที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากเหลียวหนิงซึ่งเป็นฐานอุตสาหกรรมหนักของจีน ได้แก่ อุปกรณ์ทำเหมืองแร่ เครื่องมือสกัดโลหะ หั้วรถจักร อุปกรณ์ขนส่ง และใยเคมี ตลอดจนวัตถุดิบหรือสินค้ากึ่งวัตถุดิบ ได้แก่ ทลั้ม เหล็กกล้าม้วน เหล็กหลอม ถ่านโค้ก โซดาแอช ส่วนสินค้าเกษตรที่สำคัญของเหลียวหนิง ได้แก่ ถั่วเหลือง ถั่วลิสง ผลเรพ งา ฝ้าย โสม รังไหมดิบ ข้าวฟ่าง และไหมทาทาร์ (Tussah silk ไหมป่าชนิดหนึ่ง) เป็นต้น

10) มณฑลหยุนหนาน (ยูนนาน)

หยุนหนานเป็นมณฑลจีนที่ตั้งอยู่ใกล้ไทยมากที่สุด มีความใกล้ชิดและติดต่อกับไทยมานานตั้งแต่มีความร่วมมือกันภายใต้กรอบความร่วมมือสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจในปี 1992 และเป็นมณฑลทางใต้ของจีนที่เป็นจุดเชื่อมโยงเชิงยุทธศาสตร์สำคัญของไทย เนื่องจากมีความใกล้ชิดในแง่ทำเลที่ตั้ง แม้ว่าจะไม่ได้มีพรมแดนติดต่อกันโดยตรง แต่สามารถใช้เส้นทางทางขนส่งทางแม่น้ำโขง (หากนับจากท่าเรือในเมืองจิ่งหงในเขตสิบสองปันนามาจนถึงอำเภอเชียงแสนของไทยมีระยะทางประมาณ 341 กิโลเมตร) และทางถนนโดยผ่านประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งเส้นทางถนนที่ผ่านพม่า และเส้นทางผ่านประเทศลาว ดังนั้น ไทยและหยุนหนานจึงสามารถติดต่อค้าขายกันโดยตรงโดยผ่านการค้าชายแดน

ที่สำคัญ รัฐบาลกลางของจีนรัฐบาลกลางจึงวางตำแหน่งให้มณฑลหยุนหนานเป็นเสมือนสะพานเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้านทางตอนใต้ และกำหนดให้เป็นตัวแทนของจีนเข้าร่วมในข้อตกลงอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS)

ในด้านความสัมพันธ์กับไทย เมื่อเปรียบเทียบกับรัฐบาลของมณฑลตามแถบชายฝั่งของจีน รัฐบาลหยุนหนานค่อนข้างจะให้ความสำคัญและค่อนข้างผ่อนปรนด้านการค้าและการลงทุนกับ

ประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มแม่น้ำโขง (รวมทั้งประเทศไทย) เนื่องจากยุทธนหานไม่มีทางออกทะเล รัฐบาลท้องถิ่นจึงต้องการอาศัยการค้า การลงทุน และการติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นเครื่องมือ ในการกระตุ้นให้ชาวจีนในท้องถิ่นเกิดความคิดริเริ่มทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการสร้างความสัมพันธ์ กับไทย ในขณะที่รัฐบาลไทยและรัฐบาลยุทธนหานมีความร่วมมือระหว่างกันภายใต้กรอบ “คณะทำงานไทย-ยุทธนหาน” จึงน่าจะเป็นอีกกลไกหนึ่งที่รัฐบาลไทยควรจะใช้ประโยชน์เพื่อเป็น ช่องทางในการประสานและร่วมมือกับยุทธนหานเพื่อสร้างความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันทาง เศรษฐกิจและมิติอื่นๆ ต่อไป

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

10.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

อย่างไรก็ดี จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า ยุทธนหานเป็นมณฑลที่อยู่ติดอยู่กับไทยมากที่สุดและสามารถค้าขายกับไทยได้ผ่านการค้าชายแดน หากแต่ยุทธนหานกลับซื้อสินค้าและนำเข้า จากไทยไม่มากนัก โดยจัดเป็นมณฑลที่นำเข้าจากประเทศไทยเป็นอันดับ 23 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) และมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.05 ซึ่งถือว่าต่ำมาก สำหรับสินค้าสำคัญที่ยุทธนหานนำเข้าจาก ไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มผลไม้แห้ง (HS 0813) อันดับสอง กลุ่มสัตว์น้ำจำพวกครัสตาเซีย (HS 0306) และอันดับสาม กลุ่มน้ำมันปิโตรเลียม (HS 2710) และกลุ่มก๊าซปิโตรเลียมและก๊าซ ไฮโดรคาร์บอนอื่นๆ (HS 2711) เป็นสินค้านำเข้าอันดับสี่ สำหรับกลุ่มสินค้าเกษตร ยุทธนหาน นำเข้า ยางพารา (HS 4001) จากไทยเป็นสินค้านำเข้าอันดับเจ็ด และนำเข้าข้าว (HS 1006) เป็นอันดับสิบ ห้า ทั้งนี้ ยุทธนหานเป็นฝ่ายได้ดุลการค้ากับไทย

ตารางที่ 15

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลยุทธนหาน ปี 2004

เมือง	จำนวน ประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
คุนหมิง	5.03	94.21	15.7	18,773	80.80	37.0
ยวิซี	2.09	32.81	14.7	15,795	33.50	5.40
ชวีจี้	5.76	34.25	21.5	6,025	29.30	8.10
หงเหอ	4.04	25.00	20.8	6,206	9.00	5.70
ต้าหลี่	3.38	20.12	15.0	5,970	1.10	5.60
สิบสองปันนา	0.88	6.88	NA	7,882	3.80	1.90
ฉู่ตง	2.56	16.23	15.9	6,351	2.50	4.90

ที่มา: Yunnan Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของยุทธนาในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 ยุทธนามียอดขายปลีกประมาณ 88.49 พันล้านหยวน ซึ่งค่อนข้างต่ำมากจัดอยู่ในอันดับท้ายๆ ของจีน (อันดับ 23) ยุทธนามีขนาดของผู้บริโภคสูงราว 45 ล้านคน โดยประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 8,871 หยวน (อันดับ 11) ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 1,864 หยวน (อันดับ 28) ดังนั้น เมื่อพิจารณาในเชิงโครงสร้างด้านการบริโภคแล้ว ตลาดในเขตเมืองของยุทธนามีขนาดค่อนข้างใหญ่ ประชาชนมีรายได้และอำนาจซื้อสูง ขณะที่ตลาดในเขตชนบทของยุทธนามีขนาดเล็กและมีรายได้และอำนาจซื้อ และปริมาณการใช้จ่ายใช้สอยต่ำมาก

อย่างไรก็ดี เนื่องจากศูนย์กลางการบริโภคของยุทธนากระจุกตัวอยู่ที่เมืองเอก คือ นครคุนหมิง คิดเป็นร้อยละ 41.2 ของปริมาณการบริโภครวมทั้งมณฑล จึงพบว่า ประชากรในคุนหมิงซึ่งมีอยู่ราว 5 ล้านคนและมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีประมาณ 1,975 เหรียญสหรัฐ สามารถเป็นอีกกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อและมีศักยภาพในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มคนจีนรุ่นใหม่ที่ทันสมัยและนิยมสินค้าจากต่างประเทศ ที่สำคัญ ชาวยุทธนาโดยเฉพาะคนจีนในเขตเมืองของคุนหมิงค่อนข้างจะคุ้นเคยกับประเทศไทยและสินค้าไทย จึงสามารถเป็นตลาดสำคัญของสินค้าไทยได้เช่นกัน แม้ว่าจะเป็นตลาดในระดับรอง เมื่อเทียบกับมณฑลชายฝั่ง

ทั้งนี้ ยุทธนามีความสัมพันธ์ในลักษณะ “บ้านพี่เมืองน้อง” กับหลายจังหวัดของไทย ดังนี้ (1) จังหวัดเชียงใหม่กับนครคุนหมิง มณฑลยุทธนา (2) จังหวัดเชียงรายกับมณฑลยุทธนา และ (3) จังหวัดตากกับเมืองเต๋อหง มณฑลยุทธนา นอกจากนี้ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของไทย (BOI) ได้ลงนามความตกลงร่วมมือด้าน (MOU) กับ CCPIT (China Council for the Promotion of International Trade ของมณฑลยุทธนา เพื่อขยายการลงทุนระหว่างกัน

10.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

เมื่อพิจารณาจากผลผลิตหลักของมณฑลยุทธนา รวมทั้งด้านการเป็นแหล่งวัตถุดิบและแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของมณฑล พบว่า สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากยุทธนา ได้แก่ ไม้ยาสูบ พืชหัว ถั่ว และกลุ่มสินแร่ (เช่น ฟอสฟอรัส ตะกั่ว สังกะสี ทองแดง อะลูมิเนียม และหินอ่อน) ที่สำคัญ ยุทธนายังเป็นแหล่งสมุนไพรหายากหลากหลายชนิดมากเป็นอันดับหนึ่งของจีน ซึ่งไทยสามารถนำเข้ามาเพื่อการแปรรูปหรือพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือเพิ่มมูลค่า (value creation) และออกแบบสินค้าให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าขั้นสุดท้ายที่มีรูปลักษณ์โดดเด่นและมีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย โดยเฉพาะการผลิตเป็นอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ หรือผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเสริมความงาม เพื่อสนองความต้องการของตลาดกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ (โดยเฉพาะผู้หญิง) ที่เน้นด้านสุขภาพและความงามและกล้าที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้า

ที่มีราคาแพง ตลอดจนการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการสร้างตราสินค้าเพื่อให้สามารถนำออกไปทำการตลาดในต่างประเทศต่อไป

11) มณฑลเจียงซี

เจียงซีเป็นอีกหนึ่งมณฑลที่เข้าร่วมกลุ่มฟานจูชานเจียว ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากกวางตุ้งเข้าไปทางตอนกลางของจีน เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหนักหลายประเภท ได้แก่ การหลอมและรีดโลหะ ชิ้นส่วนยานยนต์ และเครื่องจักรกล คิดเป็นร้อยละ 20 ของ GDP ของมณฑลและเป็นแหล่งผลิตสินค้าจากไม้ไผ่และไม้แปรรูปที่สำคัญ

ในด้านทรัพยากรธรรมชาติ เจียงซีเป็นแหล่งสินแร่สำรองหลายชนิด เช่น มีทองแดง เงิน และยูเรเนียมมากที่สุดในประเทศจีน และมีแร่สังกะสีและทองคำมากเป็นอันดับ 2 ของจีน เป็นต้น และด้วยความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรแร่ในเจียงซี ทำให้มีสัดส่วนการส่งออกของอุตสาหกรรมถลุงและรีดแร่โลหะและแร่โลหะของเจียงซีคิดเป็นร้อยละ 16.5 ของมูลค่าอุตสาหกรรมส่งออกทั้งหมด

เจียงซีมีชื่อเสียงในการผลิตเครื่องเคลือบดินเผามานาน (คนไทยเรียกว่า กังไส) โดยเฉพาะในเมืองจิ้งเต๋อเจิ้น นับเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงระดับโลกในด้านการผลิตสินค้าเครื่องเคลือบดินเผาและภาชนะเครื่องใช้แบบจีน ด้านเส้นทางการคมนาคมขนส่ง เจียงซีเป็นมณฑลที่มีเส้นทางรถไฟสายเป่ย์จิง-เกาลุนพาดผ่าน และสามารถเชื่อมต่อออกสู่ทะเลโดยผ่านมณฑลฝูเจี้ยนหรือเจ้อเจียงซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกับเจียงซีทางทิศตะวันออก

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

11.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า เจียงซี เป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 10 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.63 ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเจียงซีเป็นมณฑลที่อยู่ตอนกลางของจีนและไม่มีท่าเรือเชื่อมสู่ทะเล สำหรับสินค้าสำคัญที่เจียงซีนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มน้ำมันปิโตรเลียมดิบ (HS 2709) อันดับสอง กลุ่มยางพารา (HS 4001) และอันดับสาม กลุ่มเส้นใยสังเคราะห์สำหรับการปั่นด้าย (HS 5503) ที่น่าสนใจ คือ มีข้อมูลการนำเข้ารถยนต์และรถเพื่อขนส่ง (HS 8703 - 8704) จากไทยมากเป็นสินค้าอันดับที่สิบสองและสิบสาม หากแต่มีมูลค่าไม่มากประมาณ 40,365 เหรียญ สหรัฐและ 20,334 เหรียญ สหรัฐ. ตามลำดับ ทั้งนี้ เจียงซีเป็นฝ่ายเกินดุลการค้ากับประเทศไทย

ตารางที่ 16

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลเจียงซี ปี 2004

เมือง	จำนวน ประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
หนานชาง	4.47	77.05	20.1	17,238	55.40	23.49
ก้านโจว	8.10	39.33	13.9	4,857	18.50	13.49
จิ่วเจียง	4.62	35.78	16.3	7,728	27.60	9.73
อู่ชุน	5.29	28.95	16.5	5,477	14.60	12.82
จิงเต๋อเจิ้น	1.52	16.51	17.0	10,842	12.90	4.41

ที่มา: Jiangxi Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของเจียงซีในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 เจียงซีมีประชากรเกือบ 43 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 7,560 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 2,953 หยวน และมียอดขายปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคมูลค่าประมาณ 105.99 พันล้านหยวน ซึ่งยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมาก โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับทั้ง 9 มณฑลที่กล่าวมาแล้ว ดังนั้น หากพิจารณาในแง่จำนวนประชากร รายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค และปริมาณการจับจ่ายใช้สอย พบว่า เจียงซีจึงยังไม่ใช่ตลาดที่มีศักยภาพสูงมากนัก และชาวเจียงซีก็ไม่ค่อยจะคุ้นเคยกับสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยมากนัก เพราะสินค้าที่ค้าไทยส่งออกไปเจียงซีส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ

11.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

เมื่อพิจารณาจากผลผลิตหลักของมณฑลและจากฐานวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของมณฑล พบว่า สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากเจียงซี ได้แก่ ยาจีน ผลิตภัณฑ์จากป่าไม้ และสินแร่สำคัญ เช่น ทังสแตน ทองแดง แร่แรร์เอิร์ธ (rare earth) ยูเรเนียม พลูโตเนียม ตะกั่ว สังกะสีและแทนทาลัม

12) มณฑลหูหนาน

หูหนานเป็นมณฑลตอนกลางอีกแห่งที่มีความสำคัญมากขึ้นหลังจากที่ได้เข้าร่วมกลุ่มฟานจูชานเจียว โดยมีนครฉางซาเป็นศูนย์กลางธุรกิจและการคมนาคมเชื่อมต่อกับมณฑลชายฝั่ง และเป็นศูนย์กลางสินค้าของจีนตอนกลาง และหลังจากที่รัฐบาลกลางจีนได้พัฒนาเส้นทางคมนาคมเชื่อมกับมหานครฉงชิ่ง และมณฑลกวางตุ้ง ได้มีส่วนทำให้ความเจริญทางเศรษฐกิจได้ขยายครอบคลุมเมืองต่างๆ ของมณฑลหูหนานด้วย ส่งผลให้รายได้และเศรษฐกิจของชาวหูหนานได้

ปรับเปลี่ยนในทางดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และชาวจีนในพื้นที่ได้หันมาประกอบธุรกิจในรูปแบบเอกชนมากขึ้น

ด้านทรัพยากรธรรมชาติ หูหนานเป็นแหล่งทรัพยากรสินแร่ที่สำคัญหลายชนิด เช่น ทั้งสแตน พลวง สังกะสี และแร่บอกไซต์ ซึ่งมีสำรองมากติดอันดับต้นๆ ของจีน หูหนานจึงมีการส่งออกและผลิตทรัพยากรแร่เพื่อการส่งออก เช่น การถลุงแร่ และการรีดแร่โลหะและแร่โลหะ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 12.9 ของมูลค่าอุตสาหกรรมส่งออกทั้งหมด ส่วนด้านเกษตรกรรม หูหนานสามารถผลิตข้าวได้มากที่สุดของจีน และผลิตเนื้อสุกรได้มากเป็นอันดับสอง (รองจากมณฑลชื้อชวน) ซึ่งรัฐบาลหูหนานได้พยายามพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป และเริ่มมีการส่งออกน้ำมันวัวไปต่างประเทศด้วย

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

12.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า หูหนานเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 13 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนน้อยมากเพียงร้อยละ 0.28 สำหรับสินค้าสำคัญที่หูหนานนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มน้ำมันปิโตรเลียมดิบ (HS 2709) อันดับสอง ข้าว (HS 1006) และอันดับสาม กลุ่มผลไม้แห้ง (HS 0813) ทั้งนี้ หูหนานเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าไทย

ตารางที่ 17

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลหูหนาน ปี 2004

เมือง	จำนวนประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
ฉางชา	6.10	113.39	15.0	11,029	70.61	52.51
เยว่หยาง	1.67	59.03	12.1	11,738	59.27	19.61
ฉางเต๋อ	2.04	58.34	12.5	11,014	28.09	17.60
เหิงหยาง	2.02	54.22	10.8	8,203	27.70	17.63
จูโจว	1.07	45.22	12.4	12,635	35.33	15.90

ที่มา: Hunan Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของหูหนานในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 หูหนานมีประชากรประมาณเกือบ 70 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 8,618 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 2,838 หยวน โดยมียอดขายปลีกรวม 206.98 พันล้านหยวน ซึ่งสูงเป็นอันดับ 12 ของจีน โดยเฉพาะในเขต

เมืองในนครฉางชา เมืองเอกของหูหนาน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้น้อยลง และกล้าจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ดังนั้น ในแง่จำนวนประชากร รายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค ตลาดของหูหนานจึงนับว่ามีศักยภาพที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะหลังจากที่ได้มีการร่วมมือภายใต้กลุ่มฟานจูชานเจียว มีการขยายฐานลงทุนไปยังหูหนานมากขึ้น ทำให้แรงงานและชาวหูหนานได้มีงานทำและมีรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น ที่น่าสนใจ คือ ผู้บริโภคชาวหูหนานเริ่มรู้จักและคุ้นเคยกับสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการนำเข้าข้าวและผลไม้แห้งจากไทยมากเป็นสินค้าอันดับสองและสามตามลำดับ ดังนั้น จึงควรที่จะให้การส่งเสริมการทำการตลาดและแนะนำสินค้าจากประเทศไทยให้ผู้บริโภคชาวหูหนานได้รู้จักมากขึ้น

12.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

หูหนานเป็นแหล่งผลิตโลหะแข็งที่ใหญ่ที่สุดของจีน ดังนั้น สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากหูหนาน ได้แก่ ตะกั่ว สังกะสี นอกจากนี้ ยังมีสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ เช่น ล้อเลื่อนรถไฟบรรทุกสินค้า และอุปกรณ์รถจักรไฟฟ้า เป็นต้น

13) เขตปกครองตนเองชนชาติจ้วงกว่างซี (กว่างซี)

กว่างซีมีความสำคัญมากขึ้นหลังจากรัฐบาลจีนได้ประกาศให้เป็น “ประตูสู่อาเซียน” มาตั้งแต่ปี 2003 หลังจากที่จีนได้เสนอเพื่อทำข้อตกลงการค้าเสรีกับกลุ่มอาเซียน และกว่างซียังเป็นมณฑลเดียวของพื้นที่จีนตะวันตกที่มีทางออกทะเล โดยมีเรือสำเภาสำคัญหลายแห่ง เช่น ท่าเรือฝางเฉิง ท่าเรือชินโจว และท่าเรือเปย์ไห่ นอกจากนี้ ยังมีเส้นทางรถไฟสายหนานหนิง-ฝางเฉิงกั่ง และเส้นทางรถไฟสายชินโจวและเปย์ไห่ เชื่อมต่อไปยังท่าเรือสำคัญ 3 แห่งของกว่างซีด้วย และจากชุมสายในนครหนานหนิง เมืองเอกของกว่างซียังสามารถใช้เส้นทางรถไฟเชื่อมต่อไปยังมณฑลอื่นๆ ของจีนต่อไป

สำหรับการขนส่งทางถนน ศูนย์กลางการขนส่งทางบกของกว่างซีอยู่ที่นครหนานหนิง และเมืองหลิวโจว ซึ่งเป็นเมืองอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดของกว่างซี โดยทางหลวงเหล่านี้มีเครือข่ายเชื่อมต่อไปยังเมืองสำคัญอื่นๆ ของกว่างซีตลอดจนมณฑลที่อยู่ใกล้เคียงด้วย นอกจากนี้ รัฐบาลกว่างซียังได้ก่อสร้างทางหลวงเลียบชายฝั่งระยะทางทั้งสิ้น 267 กิโลเมตร เพื่อกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

ที่สำคัญ คือ ทางหลวงเชื่อมกว่างซีกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ เวียดนาม ซึ่งเป็นเส้นทางหลวงจากนครหนานหนิงถึงด่านชายแดนใกล้เวียดนามที่ด่านมิตรภาพ (Youyiguan) เพื่อเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลขหนึ่งของเวียดนาม ด้วยระยะทางเพียง 179.2 กิโลเมตร ซึ่งช่วยย่นระยะเวลาเดินทางจากนครหนานหนิงไปกรุงฮานอยของเวียดนามลงเหลือเพียง 4 ชั่วโมง

ในการเชื่อมโยงกับตลาดโลกโดยการขนส่งทางทะเล เช่น ท่าเรือเปย์ไห่ มีระยะทางเดินเรือจากท่าเรือไปยังฮ่องกงประมาณ 425 ไมล์ทะเล และท่าเรือชินโจว ซึ่งมีระยะทางเดินเรือจากท่าเรือ

จีนโจวไปสิงคโปร์ประมาณ 1,338 ไมล์ทะเล รวมทั้งท่าเรือฝางเจิงกั่งใกล้ชายแดนติดกับเวียดนาม มีระยะทางเดินเรือตรงไปยังเมืองไห่เฟิงในเวียดนามราว 151 ไมล์ทะเล และระยะทางจากท่าเรือฝางเจิงกั่งไปท่าเรือกรุงเทพฯ มีระยะทาง 1,439 ไมล์ทะเล

สำหรับการผลิตในภาคอุตสาหกรรม กว่างซีได้พัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ในเมืองหลิวโจว โดยรัฐบาลได้ตั้ง “เขตอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงระดับมณฑล” ที่เมืองหลิวโจว และมีการลงทุนของกลุ่มรถยนต์อู่หลิง โดยร่วมทุนระหว่างบริษัท General Motors (GM) จากสหรัฐอเมริกา บริษัท Shanghai Automotive Industry Corp และบริษัทรถยนต์ท้องถิ่นของกว่างซี มีผลผลิตและยอดขายรถยนต์อยู่ในอันดับ 7 ของประเทศ โดยเฉพาะมีส่วนแบ่งตลาดราวร้อยละ 20 ของตลาดรถยนต์ขนาดเล็ก ซึ่งนิยมใช้กันในเขตชนบท

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

13.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า กว่างซีมีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 17 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนร้อยละ 0.18 สำหรับสินค้าสำคัญที่กว่างซีนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มมันสำปะหลัง (HS 0714) อันดับสอง กลุ่มปิโตรเลียมโค้ก ปิโตรเลียมปิทุเมนและกากอื่นๆ ที่ได้จากน้ำมันปิโตรเลียม (HS 2713) อันดับสาม กลุ่มก๊าซปิโตรเลียมและก๊าซไฮโดรคาร์บอนอื่นๆ (HS 2711) อันดับสี่ กลุ่มยางพารา (HS 4001) และที่น่าสนใจคือ อันดับห้า ได้แก่ รัตนชาติ (นอกจากเพชร) และกึ่งรัตนชาติ (HS 7103) และอันดับแปด คือ กลุ่มผลไม้แห้ง (HS 0813) ทั้งนี้ กว่างซีเป็นฝ่ายได้ดุลการค้ากับไทย

ตารางที่ 18

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในเขตปกครองตนเองกว่างซี ปี 2004

เมือง	จำนวนประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
หนานหนิง	6.49	58.89	13.2	9,126	26.37	23.94
หลิวโจว	3.55	40.38	14.4	11,442	56.74	10.62
กุ้ยหลิน	4.94	45.48	13.1	9,240	20.32	12.08
อูโจว	3.03	19.66	14.2	6,594	9.30	7.13
เป่ย์ไห่	1.45	16.19	10.8	10,989	7.47	3.81
ฝางเจิงกั่ง	0.80	8.46	10.6	10,662	6.64	1.95

ที่มา: Guangxi Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของกว้างซีในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 กว้างซีมีประชากรราว 49 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 8,177 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 2,305 หยวน และมียอดขายปลีกประมาณ 97.34 พันล้านหยวน จึงพบว่า โครงสร้างด้านการบริโภคของกว้างซียังอยู่ในระดับไม่สูงนักเมื่อเทียบกับมณฑลพื้นที่ศึกษาที่อยู่ตามแถบชายฝั่งทะเลของจีน และประชากรส่วนใหญ่ยังเป็นชนกลุ่มน้อย โดยเฉพาะชนชาติจ้วงซึ่งมีมากที่สุด

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณากลุ่มผู้บริโภคในเขตเมือง โดยเฉพาะในเมืองเอกของกว้างซี ก็ือนครหนานหนิง ซึ่งมีประชากรประมาณ 6.4 ล้านคนมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 947 เหยียจ สรอ. นับว่าค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองเอกของมณฑลอื่นๆ ของจีนตอนใน (เช่น นครเฉิงตู หรือนครคุนหมิง) ถึงแม้ว่าในปัจจุบัน จะเริ่มมีร้านค้าและห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าของต่างชาติหลายแห่งเข้ามาเปิดสาขาในนครหนานหนิงแล้วก็ตาม ดังนั้น ในแง่ของศักยภาพตลาดผู้บริโภคของกว้างซีโดยรวมยังไม่สูงมากนัก

ทั้งนี้ ในด้านการร่วมมือกับรัฐบาลไทย ได้มีการลงนามความร่วมมือในลักษณะ “บ้านพี่เมืองน้อง” ระหว่างจังหวัดสุราษฎร์ธานีและนครหนานหนิง และจังหวัดขอนแก่นกับนครหนานหนิง เช่นกัน

13.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากกว้างซี ได้แก่ สินค้าจำพวกแมงกานีส พลวง อะลูมิเนียม สังกะสี ตะกั่ว ตลอดจนโลหะที่ไม่มีเหล็กผสมอื่นๆ ส่วนผลผลิตเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ออเบเชยจีน และน้ำมันสน เป็นต้น

14) มณฑลชื้อชวน (เสฉวน)

ชื้อชวนเป็นมณฑลจีนตะวันตกที่มีภาคอุตสาหกรรมก้าวหน้าที่สุด ล้วนส่วนมากกว่าร้อยละ 60 เป็นการผลิตในอุตสาหกรรมหนัก เช่น อุตสาหกรรมถ่านหิน พลังงาน เหล็กและเหล็กกล้า มีโรงงานผลิตโทรทัศน์เพื่อการส่งออกโดยกลุ่มฉางหง ซึ่งตั้งอยู่ในเมืองเหมียนหยาง ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นเมืองแห่งวิทยาการที่สำคัญของจีน เนื่องจากมีวิศวกร นักวิจัย และนักวิทยาศาสตร์จำนวนมากอยู่ในเขตพัฒนาเทคโนโลยีระดับสูงในเมืองเหมียนหยาง เนื่องจากการเป็นฐานทางด้านค้นคว้าวิจัยทางวิทยาศาสตร์ และมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะสูง

ชื้อชวนยังเป็นตลาดผู้บริโภคที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคจีนตะวันตก และยังเป็นศูนย์กลางการขนส่งและกระจายสินค้าที่สำคัญสำหรับจีนตอนในด้วย ในด้านเส้นทางเครือข่ายเชื่อมโยงกับมณฑลอื่นๆ มีทั้งการขนส่งทางบก ด้วยเครือข่ายเส้นทางหลวงและเส้นทางรถไฟ และการขนส่งทางอากาศ หากเป็นกรณีการขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมาก ก็จะเลือกวิธีการขนส่งทางรถไฟตรงไปยังมณฑลชายฝั่งทางภาคตะวันออก เช่น มหานครเซี่ยงไฮ้ หรือการขนส่งทางถนนเพื่อผ่านไปยังมหา

นครจงชิ่ง แล้วส่งต่อผ่านแม่น้ำฉางเจียงเพื่อไปยังท่าเรือทางทะเลในเขตเศรษฐกิจลุ่มแม่น้ำฉางเจียงต่อไป นอกจากนี้ ยังได้มีการก่อสร้างเส้นทางรถไฟสายชื้อชวน-เป่ย์ไห่ เพื่อเชื่อมมณฑลชื้อชวนไปออกสู่ทะเลที่ทำเรือน้ำลึกในเมืองเป่ย์ไห่ของกว่างซี ซึ่งเป็นท่าเรือน้ำลึกที่กำลังมีความสำคัญมากขึ้นเนื่องจากอยู่ไม่ห่างจากประเทศในกลุ่มอาเซียนมากนัก รวมทั้งสามารถช่วยย่นระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้มากกว่าเมื่อเทียบกับการขนส่งสินค้าไปยังท่าเรือแถบชายฝั่งทางช้างเผือกหรือนครกว่างโจวใน มณฑลกว่างตง

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

14.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า ชื้อชวนเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 19 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนน้อยมากเพียงร้อยละ 0.1 สำหรับสินค้าสำคัญที่ซื้อชวนนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มแผงวงจรไฟฟ้า (HS 8542) อันดับสอง กลุ่มหลอดและเกเบิลที่หุ้มฉนวน และตัวนำไฟฟ้าอื่นๆ (HS 8544) และอันดับสาม กลุ่มหลอดของกล้องถ่ายโทรทัศน์ (HS 8540) และนำเข้าข้าว (HS 1006) มากเป็นสินค้าอันดับสี่ และนำเข้ากลุ่มยางพารา (HS 4001) อันดับสิบเอ็ด ทั้งนี้ ชื้อชวนเป็นฝ่ายได้ดุลการค้ากับไทย

ตารางที่ 19

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลชื้อชวน ปี 2004

เมือง	จำนวนประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
เฉิงตู	10.60	218.57	13.6	18,856	120.20	87.52
เหมียนหยาง	5.29	45.49	11.2	9,205	35.13	15.47
เฉิงเจียง	4.21	24.35	13.2	6,156	20.10	6.98
อู่ปิ่น	5.18	34.90	13.2	7,151	28.28	11.38
ฟานจื่อฮวา	1.07	20.08	13.0	17,883	26.62	5.95

ที่มา: Sichuan Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของซื้อชวนในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 ชื้อชวนมียอดขายปลีกประมาณ 238.4 พันล้านหยวน ซึ่งสูงเป็นอันดับ 10 ของจีนและสูงที่สุดในบรรดามณฑลของจีนที่อยู่ตอนใน รวมทั้งมีตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ด้วยประชากรราว 87 ล้านคน (อันดับ 3 ของจีน) อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาด้านรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี

พบว่า ยังอยู่ในระดับต่ำ ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 7,710 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 2,580 หยวน (ต่ำกว่าผิงชิ่ง)

ทั้งนี้ ชื้อชนมีศูนย์กลางผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่นครเฉิงตู เมืองเอกของมณฑล คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 36 ของปริมาณการบริโภครวมของทั้งมณฑล ดังนั้น หากพิจารณาในส่วนของกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนในเฉิงตูซึ่งมีจำนวนมากถึงกว่า 10 ล้านคนและมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีราว 2,180 เหรียญสหรัฐ. (สูงกว่านครคุนหมิงและมีจำนวนประชากรมากกว่า) เฉิงตูจึงนับเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงอีกแห่งหนึ่ง

ทั้งนี้ ในการร่วมมือกับหน่วยงานของไทย นครเฉิงตูของมณฑลซื้อชนได้มีความสัมพันธ์ในลักษณะ “บ้านพี่-เมืองน้อง” กับจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของไทย (BOI) ได้ลงนามความตกลงร่วมมือด้านการลงทุน (MOU) กับ CCPIT (China Council for the Promotion of International Trade ของมณฑลซื้อชน ตั้งแต่ปี 2004 จึงควรใช้ประโยชน์จากกลไกความร่วมมือเหล่านี้ในการขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนกับซื้อชนต่อไป

14.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

เมื่อพิจารณาจากผลผลิตหลักของมณฑลและจากฐานวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของมณฑล พบว่า สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากซื้อชนได้แก่ สินค้าสำคัญ เช่น วานเนเดียม (มีมากเป็นอันดับ 3 ของโลก) ไทเทเนียม แคลเซียม ฟลูออไรด์ ลิเทียม และโคบอลต์ เป็นต้น ตลอดจนปุ๋ยเคมี (ผลิตมากอันดับหนึ่งของจีน) เหล็กหลอมและเหล็กกล้า และกรดกำมะถัน นอกจากนี้ ยังมีพืชเกษตรสำคัญ ได้แก่ ข้าวสาลี เรพซิด รัมไพม์ดิบ และไบซา และที่สำคัญ ซื้อชนยังเป็นแหล่งทำปศุสัตว์รายใหญ่ โดยเฉพาะการเลี้ยงสุกร แพะและจามรี เป็นต้น ประเทศไทยจึงสามารถนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบเหล่านี้มาเพื่อใช้ในการผลิตหรือแปรรูป/สร้างมูลค่าเพิ่มต่อไปได้เช่นกัน

15) มณฑลกุ้ยโจว

ด้วยลักษณะที่ตั้งภูมิประเทศที่เป็นภูเขาและที่ราบสูง (กว่าร้อยละ 80) รวมทั้งการมีทำเลที่ตั้งอยู่ตอนในไม่มีทางออกทะเลและยังขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน ทำให้กุ้ยโจวเป็นมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่ำที่สุดในประเทศจีน อย่างไรก็ตาม กุ้ยโจวยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีแหล่งสมุนไพรหายากและยาจีนที่สำคัญของประเทศ และยังเป็นแหล่งผลิตเหล้าเหมาไถที่มีชื่อเสียงทั้งในจีนและต่างประเทศ

สำหรับศูนย์กลางทางธุรกิจจะอยู่ในเมืองเอกของมณฑล คือ นครกุ้ยหยาง ซึ่งมีประชากรราว 3.5 ล้านคน ทั้งนี้ แม้ว่ามณฑลกุ้ยโจวจะมีลักษณะภูมิประเทศเป็นแนวเทือกเขาตลอดพรมแดน แต่ก็มีการสร้างเส้นทางรถไฟเชื่อมต่อกุ้ยโจวกับมณฑลเพื่อนบ้านทั้ง 5 มณฑลที่อยู่ล้อมรอบ ได้แก่ หยูนนาน ซื่อชวน หูหนาน จงชิ่ง และกว่างซี โดยมีนครกุ้ยหยางเป็นชุมทางหลักของมณฑล

อุตสาหกรรมที่สำคัญอีกด้านของมณฑลกุ้ยโจวที่สร้างชื่อเสียงในระดับประเทศ คือ การผลิตเหล้าเหมาไถ ซึ่งเป็น 1 ในเหล้าที่มีชื่อ 8 ชนิดของจีน และเป็นสินค้าส่งออกที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของกุ้ยโจว นอกจากนี้ มณฑลกุ้ยโจวยังเป็นมณฑลที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว เช่น น้ำตกหวงกั๋วซู่ ซึ่งเป็นน้ำตกที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

15.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า กุ้ยโจวเป็นมณฑลทางตะวันตกที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุด โดยมีการนำเข้ามากเป็นอันดับ 14 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) หากแต่ยังมีสัดส่วนไม่มากเพียงร้อยละ 0.21 สำหรับสินค้าสำคัญที่กุ้ยโจวนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มยางพารา (HS 4001) อันดับสอง กลุ่มอุปกรณ์เครื่องจักร (HS 8473) และอันดับสาม กลุ่มกุญแจสายชูและกุญแจอื่นๆ (HS 8301) ทั้งนี้ กุ้ยโจวเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าไทย

ตารางที่ 20

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลกุ้ยโจว ปี 2004

เมือง	จำนวนประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
กุ้ยหยาง	3.51	44.36	13.7	12,683	49.13	17.55
จุนอี้	7.40	36.24	12.6	4,919	21.65	8.84
ปี้เจีย	7.19	19.60	16.2	2,740	9.43	2.94
ลั่วผานส่วย	3.01	15.11	18.2	5,051	14.29	2.94

ที่มา: Guizhou Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของกุ้ยโจวในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 กุ้ยโจวมีประชากรประมาณ 39 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 7,322 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 1,722 หยวน (ต่ำที่สุดในประเทศจีน) รวมทั้งมียอดขายปลีกประมาณ 51.76 พันล้านหยวน (อันดับ 26 ของจีน) ดังนั้น ด้วยขนาดของผู้บริโภค ตลอดจนรายได้และอำนาจซื้อ และปริมาณการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการอุปโภคบริโภค พบว่า ศักยภาพในการเป็นตลาดสินค้าของกุ้ยโจวยังอยู่ในระดับต่ำมาก และที่สำคัญ ผู้บริโภคชาวกุ้ยโจวอาจจะไม่ค่อยรู้จักหรือคุ้นเคยกับสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยมากนัก

15.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

เมื่อพิจารณาจากผลผลิตหลักของมณฑลและจากฐานวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของมณฑล พบว่า สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากก๊วยโจว ได้แก่ กลุ่มสินแร่ เช่น ปรอต ชินนabar ซิลิกา พลิกคริสตัล ฟอสฟอรัส บ็อกไซต์ และถ่านหิน รวมทั้งผลผลิตเกษตร เช่น เรพซิด ไหมทาชาร์ ถั่วอลันท์ และสินค้าฟุ้งฉินมีชื่อ ของก๊วยโจว ได้แก่ ผ้าบาติกเมืองอันซุ่น และเครื่องเงินบางชนิด และที่สำคัญ คือ สมุนไพรหายาก เนื่องจากก๊วยโจวเป็นแหล่งสมุนไพร/ยาจีนที่สำคัญของประเทศจีน ดังนั้น ไทยสามารถนำเข้าวัตถุดิบหายากเหล่านี้เพื่อนำมาพัฒนาและแปรรูป/เพิ่มคุณค่า เพื่อพัฒนาเป็นสินค้าขั้นสุดท้าย เช่น อาหารเสริม เพื่อสนองตลาดผู้บริโภคที่ให้ความสนใจในเรื่องของสุขภาพ เป็นต้น

16) มหานครฉงชิ่ง

ฉงชิ่งได้รับการยกระดับเป็นมหานครแห่งที่ 4 ของจีนโดยได้แยกออกมาจากมณฑลชื้อชวนในปี 1997 ฉงชิ่งมีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางของจีนตะวันตก โดยเฉพาะหลังจากที่มีการก่อสร้างเขื่อนซานเสี (Three Gorges Dam) เขื่อนขนาดใหญ่ที่สุดในโลก จะทำให้เรือเดินทะเลขนาด 1 หมื่นตันสามารถล่องจากปากทางแม่น้ำฉางเจียงที่มหานครฉงชิ่งให้เข้าไปจีนตอนในโดยผ่านนครอู่ฮั่นในมณฑลหูเป่ย์และตรงไปยังฉงชิ่งได้ด้วยระยะทาง 2,660 กิโลเมตร

รัฐบาลกลางของจีนได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาฉงชิ่ง และทุ่มงบประมาณจำนวนมากในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสร้างบรรยากาศทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาให้ฉงชิ่งเป็นศูนย์กลางของจีนตอนในและเพื่อกระจายรายได้และการจ้างงาน เพื่อลดความแตกต่างทางรายได้ระหว่างจีนตอนในและจีนชายฝั่งตามนโยบายมุ่งสู่ตะวันตก (Xibu Da Kaifa) โดยในปัจจุบันได้มีการพัฒนาและเปิดกว้างมากขึ้น มีการขยายจำนวนร้านค้า ห้างสรรพสินค้า ปริมาณยอดขายปลีก และการบริโภคสินค้าขายปลีก ส่งผลให้ฉงชิ่งนับว่าเป็นตลาดศักยภาพที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจีน

ในด้านอุตสาหกรรม ฉงชิ่งเป็นฐานอุตสาหกรรมหนักของจีน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์และจักรยานยนต์ โดยฉงชิ่งเป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์ใหญ่อันดับ 4 ของจีน (รองจากจีหลิน มหานครฉงชิ่ง และหูเป่ย์) โดยฉงชิ่งมียอดการผลิตรถยนต์นั่งมากเป็นอันดับ 5 ของจีน รถยนต์ที่ผลิตในฉงชิ่งส่วนใหญ่เป็นรถมินิแวน และมีการเข้าร่วมลงทุนของต่างชาติ เช่น บริษัท Honda และ Ford

สำหรับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ของฉงชิ่ง คือ กลุ่มฉางอัน (บริษัทผลิตรถยนต์ที่ใหญ่อันดับ 4 ของจีน) และเป็นบริษัทผลิตรถมินิแวนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และยังถือเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ใหญ่ที่สุดของฉงชิ่ง ส่วนบริษัทผลิตรถยนต์ที่สำคัญรายอื่นของฉงชิ่ง ได้แก่ กลุ่มบริษัทเจียหลิง ซึ่งร่วมทุนกับบริษัท Honda ของญี่ปุ่น และบริษัทชิงหลิง ซึ่งเน้นการผลิตรถบรรทุกขนาดเล็ก และบริษัทฉวนฉี ซึ่งผลิตรถบรรทุกขนาดใหญ่

นอกจากนี้ จงซิงยังเป็นผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ของจีน คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 28.1 ของผลผลิตรวมทั่วประเทศ โดยผู้ผลิตรถมอเตอร์ไซค์รายใหญ่ เช่น กลุ่มเจียหลิง (รัฐวิสาหกิจ) บริษัทลี่ฟาน (เอกชน) และบริษัทหลงชิน (เอกชน) เป็นต้น

ดังนั้น จากการเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของจงซิง ประเทศไทยจึงควรแสวงหาโอกาสที่จะส่งออกยางพาราและชิ้นส่วนยานยนต์ที่ทำจากยางพาราเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ของจงซิง รวมทั้งสินค้าจากไทยในกลุ่มวัตถุดิบ เช่น มันสำปะหลัง และเม็ดพลาสติก

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

16.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า มหานครจงซิงมีการนำเข้าจากประเทศไทยคิดอันดับ 20 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.07 ซึ่งนับว่าน้อยมาก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะจงซิงตั้งอยู่ตอนในของจีนไม่มีทางออกทะเลและเพิ่งได้รับการพัฒนาในระยะเวลาไม่ถึง 10 ปี สำหรับสินค้าสำคัญที่จงซิงนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มเครื่องปรับอากาศ (HS 8415) อันดับสอง กลุ่มพลาสติกกำลังและผลิตภัณฑ์ (HS 8483) และอันดับสาม กลุ่มโพลีเอซีทิล โพลีเอเทอร์อื่นๆ (HS 3907) ทั้งนี้ จงซิงมีการนำเข้าสินค้าเกษตรหรือเกษตรแปรรูปจากไทยน้อยมาก โดยจงซิงเป็นฝ่ายได้ดุลการค้ากับไทย

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของจงซิงในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 จงซิงมียอดขายปลีกประมาณ 95.50 พันล้านหยวน โดยมีขนาดของผู้บริโภคประมาณ 31 ล้านคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 9,221 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 2,510 หยวน ซึ่งยังไม่สูงมาก หากแต่เมื่อพิจารณาจากผู้บริโภคในเขตเมืองจงซิง พบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีรายได้สูงขึ้นและนิยมใช้จ่ายใช้สอยได้ขยายตัวมากขึ้น หลังจากที่รัฐบาลกลางได้ทุ่มเทงบประมาณจำนวนมากในการพัฒนาจงซิงเพื่อให้เป็น “ช่างไห่แห่งตะวันตกของจีน” โดยเฉพาะในด้านการค้าและการค้าเจียฟางเป่ย์ ในเขตหยูจง พบว่า มีร้านค้าปลีกและห้างสรรพสินค้าทันสมัยหลายแห่ง รวมทั้งร้านค้าของต่างชาติ เช่น ห้างคาร์ฟู และวอลมาร์ต รวมทั้งห้างโลตัสของเครือซีพีจากประเทศไทยก็ได้เข้าไปเปิดสาขาในจงซิงเมื่อต้นปี 2006 ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากปัจจัยผลักดันเชิงนโยบายจากรัฐบาลจีน พบว่า มหานครจงซิงจะเป็นเมืองแห่งอนาคตของภูมิภาคจีนตอนใน และมีศักยภาพในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทยอีกแห่งหนึ่ง แม้ว่าในขณะนี้ยังมีการค้าขายกับไทยไม่สูงนัก

16.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากจงซิง ได้แก่ สินค้าต่างๆ เช่น แร่โลหะสตรอนเทียม (มีมากที่สุดในจีน และมากอันดับสองของโลก) ตลอดจน โยโพลิไวเนิลแอลกอฮอล์ Red Vitriol Natrium และถ่านหิน เป็นต้น ที่สำคัญ จงซิงยังเป็นแหล่งผลิตชิ้นส่วนยาน

ยนต์และชิ้นส่วนจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ของจีน รวมทั้งการผลิตเครื่องมืออะคูสติก กล้อง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ เครื่องจักรกล เครื่องวัด เคมีภัณฑ์ และยา ส่วนด้านผลผลิตเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ปอกระเจา และเครื่องเทศ

17) มณฑลส่านซี

ส่านซีมีความโดดเด่นด้านการวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ โดยมีศูนย์วิจัยที่ใหญ่ที่สุดของจีนและมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาสูงเป็นอันดับ 3 ของจีน (รองจากเป่ย์จิงและเซี่ยงไฮ้) และมีจำนวนบริษัทด้านเทคโนโลยีของเอกชนมากเป็นอันดับ 2 ของจีน สำหรับนครซีอาน เมืองเอกของมณฑลนี้มีประชากรประมาณ 7.2 ล้านคน ซึ่งนอกจากจะเป็นฐานการผลิตด้านวิทยาการของจีนแล้ว ซีอานยังมีมรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมและโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว

ในด้านการผลิต ส่านซีนับเป็นฐานการผลิตเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ชีวภาพรายใหญ่ของจีน มีสินค้ากว่า 320 ชนิดที่เป็นสินค้าผลิตเพื่อส่งออก โดยเฉพาะการผลิตและแปรรูปแอปเปิ้ล ล่าสุด ยังได้มีการก่อสร้างโรงงานผลิตน้ำแอปเปิ้ลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และส่านซียังเป็นผู้ผลิตน้ำแอปเปิ้ลเข้มข้นกว่า 1 ใน 3 ของปริมาณการผลิตทั่วโลก สามารถผลิตน้ำแอปเปิ้ลได้มากกว่า 2.76 แสนตัน และกว่าร้อยละ 90 เป็นสินค้าส่งออก

ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นมณฑลตอนในและไม่มีทางออกทะเล ส่านซีจึงมีข้อจำกัดด้านการคมนาคมขนส่ง และการเชื่อมโยงกับตลาดโลก แม้ว่าจะมีเครือข่ายทางหลวงและรถไฟเชื่อมต่อกับส่วนอื่นๆ ของประเทศจีนก็ตาม

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

17.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่าส่านซีเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยไม่มาก โดยอยู่ในอันดับ 24 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) และมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.05 ส่วนหนึ่งเป็นเพราะส่านซีอยู่ตอนในและมีระยะทางห่างจากไทยค่อนข้างมาก สำหรับสินค้าสำคัญที่ส่านซี นำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มเตาเผาไฟฟ้าและเตาอบไฟฟ้าที่ใช้ในอุตสาหกรรมหรือห้องปฏิบัติการ (HS 8514) อันดับสอง กลุ่มกระเปาะแก้วที่มีปลายเปิด และส่วนประกอบของกระเปาะดังกล่าวที่ทำด้วยแก้ว สำหรับใช้ทำหลอดไฟฟ้า หลอดแคโทด หรือหลอดที่คล้ายกัน (HS 7011) และอันดับสาม กลุ่มเครื่องสูบลมหรือสูบลมสูญญากาศ (HS 8414) ที่น่าสนใจ คือ ส่านซีมีการนำเข้า สัตว์น้ำจำพวกโมลลัสก์ (HS 0307) และสัตว์น้ำที่ไม่มีกระดูกและสัตว์น้ำจำพวกครัสเตเชีย (HS 0306) รวมทั้งปลาแซลมอนแช่เย็น (HS 0303) เป็นสินค้านำเข้าอันดับห้า อันดับหก และอันดับสิบเอ็ดจากไทยตามลำดับ ทั้งนี้ ส่านซีเป็นฝ่ายเกินดุลการค้าไทย

ตารางที่ 21

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลส่านซี ปี 2004

เมือง	จำนวน ประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
ซีอาน	7.25	109.58	13.5	NA	73.60	50.34
เสียนหยาง	4.89	33.86	13.1	NA	29.10	9.03
เป่่าจี	3.69	32.03	14.5	NA	30.20	9.34
เว่ย์หนาน	5.37	24.77	11.2	NA	22.70	6.63

ที่มา: Shaanxi Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของส่านซีในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 ส่านซีมียอดขายปลีกประมาณ 96.65 พันล้านหยวน ซึ่งไม่ต่ำลงนัก (อันดับ 20 ของจีน) และมีขนาดของผู้บริโภคประมาณ 37 ล้านคน ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีค่อนข้างต่ำ โดยประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 7,492 หยวน (อันดับ 26) ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 1,867 หยวน (อันดับ 27) รวมทั้งการตั้งอยู่ในภูมิภาคจีนตอนในและตอนเหนือของประเทศ จึงค่อนข้างจะห่างไกลจากไทย แม้ว่าจะมีสายการบิน บางกอกแอร์เวย์บินตรงเชื่อมกรุงเทพ-นครซีอาน แต่เป็นการมุ่งเน้นเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าการติดต่อเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจเพื่อการค้าและการลงทุน

ดังนั้น เมื่อพิจารณาทั้งในแง่จำนวนประชากร รายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค ปริมาณการใช้จ่ายใช้สอย และปริมาณการค้าขายกับประเทศไทย นับได้ว่า ตลาดของส่านซียังมีความสำคัญเป็นอันดับรองอยู่มาก เมื่อเทียบกับพื้นที่ศึกษาอื่นๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว

ทั้งนี้ จังหวัดสุโขทัยของไทยได้มีความร่วมมือในลักษณะ “บ้านพี่-เมืองน้อง” กับนครซีอานของ มณฑลส่านซี โดยการมุ่งหวังเพื่อการร่วมมือด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเป็นสำคัญ

17.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

จากการเป็นมณฑลที่มีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากส่านซี ได้แก่ สินค้าและอุปกรณ์จากอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ รวมทั้งเวชภัณฑ์ ปุ๋ยเคมี และน้ำมันเล็กเกอร์ เป็นต้น ทางเกษตร เนื่องจากส่านซีเป็นแหล่งผลิตผลไม้เมืองหนาวที่สำคัญ ไทยสามารถนำเข้าผลไม้เหล่านี้จากส่านซีด้วยราคาที่ต่ำลงมากเมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้เมืองหนาวจากประเทศทางตะวันตก ตัวอย่างเช่น ถั่ววอลนัท แอปเปิ้ล สาลี่ และกีวี เป็นต้น

18) มณฑลไห่หนาน (ไหหลำ)

ไห่หนานเป็นเกาะอยู่ทางตอนใต้ของประเทศ เดิมเคยเป็นส่วนหนึ่งของมณฑลกวางตุ้ง ซึ่งต่อมาได้ยกระดับขึ้นเป็นมณฑลและประกาศเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษในปี 1988 จึงเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษของจีนที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่ที่สุด โดยครอบคลุมพื้นที่ทั้งเกาะ

ในด้านการคมนาคมเชื่อมต่อกับแผ่นดินใหญ่ รัฐบาลไห่หนานได้ใช้งบประมาณก่อสร้างเส้นทางรถไฟเชื่อมโยงไห่หนานกับมณฑลกวางตุ้ง โดยวิ่งมาจากท่าเรือจั้นเจียงในมณฑลกวางตุ้ง และข้ามช่องแคบโดยทางเรือตรงเข้ามายังมณฑลไห่หนาน ระยะทางประมาณ 139 กิโลเมตร จากนั้นมีทางรถไฟต่อโดยเลียบชายฝั่งด้านตะวันตกจากนครไห่โข่ว เมืองเอกของไห่หนาน ไปจนถึงเมืองชานย่า เมืองชายทะเลและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ด้วยระยะทางราว 182 กิโลเมตร

ด้านการผลิตภาคเกษตร ไห่หนานเป็นแหล่งผลิตผลไม้เขตร้อนที่ใหญ่ที่สุดของจีนและผลิตยางพารามากเป็นอันดับ 1 ของจีน นอกจากนี้ ยังเป็นฐานการส่งออกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญที่สุดของจีนมากกว่า 20 ชนิด และส่งออกพืชผักต่างๆ กว่า 30 ชนิด เช่น อบเชย มะพร้าว เม็ดมะม่วงหิมพานต์ และใบยาสูบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตมะพร้าว และกล้วยหอมมากถึง 1 ล้านตันต่อปี

สำหรับการผลิตยางพาราของมณฑลไห่หนาน มีสัดส่วนการผลิตยางพาราเกินกว่าครึ่งหนึ่งของผลผลิตยางพารารวมทั่วประเทศ รวมทั้งการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางพาราอีกเป็นจำนวนมาก เช่น ยางรถยนต์ ถูมือยาง และสายพานเคลื่อนย้ายสินค้า เป็นต้น โดยมีสำนักงาน Hainan Land-Reclamation Bureau ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตรของรัฐรายใหญ่แห่งหนึ่งสามารถผลิตยางพาราธรรมชาติได้กว่าครึ่งหนึ่งของปริมาณยางพาราที่ผลิตได้ทั้งหมดในมณฑล ด้วยเนื้อที่การเพาะปลูกกว่า 380,000 เฮกตาร์ และคาดว่าจะขยายออกไปอีกถึง 430,000 เฮกตาร์ ภายในปี 2010 นอกจากนี้ ไห่หนานยังผลิตและส่งออกกล้วยมากเป็นอันดับ 3 ของจีน

บทวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส

18.1) การเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย

จากข้อมูลในปี 2005 พบว่า ไห่หนานเป็นมณฑลที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 18 (จากทั้งหมด 31 อันดับ) โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกับกวางซี คือ ร้อยละ 0.17 สำหรับสินค้าสำคัญที่ไห่หนานนำเข้าจากไทย ได้แก่ อันดับหนึ่ง กลุ่มก๊าซปิโตรเลียมและก๊าซไฮโดรคาร์บอนอื่นๆ (HS 2711) อันดับสอง กลุ่มไม้และไม้แผ่น (HS 4407) ที่น่าสนใจ คือ ไห่หนานมีการนำเข้าสินค้ากลุ่มยารักษาหรือป้องกันโรค (HS 3004) เป็นสินค้าอันดับสาม ทั้งนี้ ไห่หนานมีการนำเข้าสัตว์มีชีวิต (HS 0106) จากไทยเป็นสินค้าอันดับเก้า โดยไห่หนานเป็นฝ่ายขาดดุลการค้าให้ไทย

ตารางที่ 22

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของเมืองสำคัญในมณฑลไห่หนาน ปี 2004

เมือง	จำนวน ประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้าน หยวน)	อัตราเติบโต GDP (%)	GDP ต่อหัว (หยวน)	ผลิตผลทาง อุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	มูลค่าค้าปลีก (พันล้าน หยวน)
ไห่โข่ว	1.43	26.14	13.1	18,519	22.19	10.10
ชานย่า	0.51	4.82	13.2	9,538	0.98	1.72
ตานโจว	0.94	7.13	8.5	8,147	1.08	1.18
เหวินซาง	0.54	4.89	13.5	9,030	0.84	1.01
ฉงไห่	0.12	5.54	6.8	12,130	0.59	1.42

ที่มา: Hainan Statistical Yearbook 2005

สำหรับปัจจัยด้านการบริโภคและศักยภาพของไห่หนานในการเป็นตลาดสำหรับสินค้าไทย จากข้อมูลในปี 2004 ประชากรของไห่หนานซึ่งมีจำนวนเพียง 8 ล้านกว่าคน ประชากรในเขตเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หลังหักภาษี) ประมาณ 7,736 หยวน ส่วนประชากรในเขตชนบทมีรายได้ 2,818 หยวน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และมียอดขายปลีกเพียง 22 พันล้านหยวน (อันดับ 28 ของจีน) จึงนับได้ว่า ตลาดของไห่หนานค่อนข้างเล็กมีประชากรไม่มาก นอกจากนี้ ผลผลิตต่างๆ ของไห่หนานค่อนข้างคล้ายคลึงกับไทย เช่น ผลไม้เมืองร้อน ผลไม้หรืออาหารแปรรูป เช่น อาหารแปรรูปขบเคี้ยวที่ผลิตจากมะพร้าว เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์จากทะเลที่ใกล้เคียงกับสินค้าจากภาคใต้ของไทย เช่น ไข่มุก อาหารแห้งจากทะเล และเครื่องประดับจำพวกเปลือกหอย เป็นต้น ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวแล้ว ไห่หนานจึงไม่ใช่ตลาดที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภคจากไทยโดยตรง

อย่างไรก็ดี กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาพักผ่อนชายทะเลที่ไห่หนาน (ประมาณ 10 ล้านคนต่อปี) ทั้งที่เป็นชาวจีนจากมณฑลอื่นหรือชาวต่างประเทศอาจจะเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ (niche market) ที่ไทยควรจะศึกษาและส่งเสริมสินค้าที่จะตอบสนองต่อผู้บริโภคในกลุ่มนี้ต่อไป ทั้งนี้ จังหวัดกุ้ยเจี๋ยและมณฑลไห่หนานได้มีความร่วมมือ “บ้านพี่เมืองน้อง” ระหว่างกัน จึงเป็นอีกช่องทางที่จะส่งเสริมการค้า การลงทุนและการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวระหว่างกัน

18.2) การเป็นแหล่งสินค้าเพื่อการจัดซื้อ/จัดหา (sourcing)

เมื่อพิจารณาจากผลผลิตหลักของมณฑลและจากฐานวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของมณฑล พบว่า สินค้าหรือวัตถุดิบที่ไทยสามารถจัดซื้อ/จัดหา (sourcing) จากไห่หนานได้แก่ ไททานเนียม (มีสำรอง เป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 70 ของจีน) อย่างไรก็ดี ผลผลิตเกษตรหลักของไห่หนานส่วนใหญ่เป็นพืชเมืองร้อนซึ่งคล้ายคลึงกับไทย เช่น ยางพารา และมะพร้าว เป็นต้น

ตารางที่ 23
ตารางเปรียบเทียบดัชนีสำคัญทางเศรษฐกิจของตัวอย่างเมืองสำคัญของจีน

เมือง		ภาคเหนือ			ภาคตะวันออก					ภาคใต้					ภาคตะวันตก				
		เสิ่นหยาง	ต้าเหลียน	จิงเต่า	หนานจิง	หางโจว	หนิงโป	เวินโจว	เส้าเจิง	เจี้ยนเหมิน	ตงกว่าน	จูไห่	ช่านโถว	ไห่โซ่ว	ฉงชิ่ง	กุ้ยหยาง	เฉิงตู	คุนหมิง	ซีอาน
ระดับการปกครอง		เมืองเอก	เมืองท่า	เมืองท่า	เมืองเอก	เมืองเอก	เมืองท่า	เมือง	เมือง	เมือง	เมือง	เมือง	เมืองเอก	มหานคร	เมืองเอก	เมืองเอก	เมืองเอก	เมืองเอก	
มณฑล		เหลียวหนิง	เหลียวหนิง	ซานตง	เจียงซู	เจ้อเจียง	เจ้อเจียง	เจ้อเจียง	เจ้อเจียง	ฝูเจี้ยน	กว่างตง	กว่างตง	กว่างตง	ไห่หนาน	-	กุ้ยโจว	ชื้อชวน	หยุนหนาน	ส่านซี
ข้อมูลทั่วไป																			
ศูนย์กลางภูมิภาค		เป่ย์จิง	เป่ย์จิง	เป่ย์จิง	ชางไห่	ชางไห่	ชางไห่	ชางไห่	ชางไห่	กว่างโจว	กว่างโจว	กว่างโจว	กว่างโจว	กว่างโจว	ฉงชิ่ง	ฉงชิ่ง	ฉงชิ่ง	ฉงชิ่ง	ฉงชิ่ง
ระยะห่างจากศูนย์กลางภูมิภาค (กิโลเมตร)		800	900	830	280	190	300	500	300	600	50	100	400	500	0	300	340	1,090	910
ประชากร ปี 2005 (ล้านคน)		7.20	6.00	7.40	6.90	6.60	5.60	7.80	4.40	1.50	1.66	1.40	4.90	1.50	31.00	3.50	10.80	5.10	8.10
ข้อมูลทางเศรษฐกิจ																			
GDP (พันล้านหยวน)	ปี 2003	160.34	163.26	178.04	162.80	209.98	178.68	122.64	114.00	75.97	94.80	47.70	54.00	22.88	225.05	38.09	187.09	81.40	92.81
	ปี 2004	190.07	196.18	216.38	191.00	251.50	215.80	140.26	131.40	88.32	115.53	54.63	60.30	26.14	266.54	44.36	218.57	94.20	109.58
	ปี 2005	224.00	229.00	270.00	241.30	291.80	244.60	160.00	144.00	103.00	218.20	63.50	65.10	30.1	307.00	52.60	237.10	106.20	127.00
	(+/- %) 2004/2005	17.8	14.2	16.9	26.0	15.80	13.2	13.0	13.3	16.0	19.3	16.3	11.3	12.1	11.8	14.6	13.5	11.0	13.1
	(+/- %) ทั่วประเทศ (9.9%)	7.9	4.3	7.0	5.9	3.3	3.1	3.4	7.0	6.4	1.4	2.2	1.9	4.8	4.7	3.2	2.1	3.7	3.2
มูลค่า FDI ที่ใช้จริง (พันล้านเหรียญสหรัฐ.)	ปี 2003	1.40	1.00	2.90	2.00	1.00	1.70	0.12	0.70	1.20	2.60	0.38	0.20	0.28	0.31	0.10	0.50	0.04	0.26
	ปี 2004	2.40	2.20	3.80	2.60	1.40	2.10	0.21	0.80	0.57	3.03	0.47	0.08	0.32	0.41	0.05	0.75	0.06	0.30
	ปี 2005	2.10	3.00	3.66	2.00	1.70	2.30	0.36	0.90	0.71	3.80	0.70	0.11	0.38	0.50	0.10	0.60	0.08	0.60
	(+/- %) 2004/2005	NA	36.0	NA	NA	22.0	9.5	71.0	12.5	24.5	25.4	40.0	37.5	18.8	20.0	20.0	-20.0	34.0	100.0

เมือง		ภาคเหนือ			ภาคตะวันออก					ภาคใต้					ภาคตะวันตก				
		เสินหยาง	ต้าเหลียน	จิงเต่า	หนานจิง	หางโจว	หนิงโป	เวินโจว	เส้าซิง	เซี่ยเหมิน	ตงกวาง	จูไห่	ช่านโถว	ไห่โข่ว	ฉงชิ่ง	กุ้ยหยาง	เฉิงตู	คุนหมิง	ซีอาน
รายได้ สุทธิต่อปี (หยวน)	ปี 2003	7,961	9,101	10,081	10,195	12,898	14,277	16,035	13,200	12,915	18,471	16,602	9,105	8,350	8,094	7,984	8,823	7,979	7,749
	ปี 2004	9,812	11,598	17,189	11,602	14,565	15,882	17,727	15,676	14,443	20,526	18,347	9,935	8,981	9,221	8,989	10,394	9,046	15,473
	ปี 2005	10,045	11,994	12,920	14,997	16,601	17,408	19,805	17,516	16,403	22,882	18,908	10,630	9,740	10,240	9,928	11,359	9,616	9,628
	(+/- %) 2004/2005	13.0	16.0	17.0	29.0	14.0	10.0	12.0	12.0	14.0	11.0	3.0	7.0	8.0	11.0	10.0	9.0	6.0	27.0
	เทียบกับ รายได้ทั่วประเทศ ปี 2005 (10,493 หยวน)	-448	+1,501	+2,427	+4,504	+6,108	+6,915	+9,312	+7,023	+5,910	+12,389	+8,415	+137	-753	-253	-565	+866	-877	-865
เขตพัฒนาพิเศษ ระดับประเทศ		ETDZ www.sydz.gov.cn	ETDZ www.ddz.gov.cn	ETDZ www.best-invest.org	ETDZ www.njxg.com	ETDZ www.hetz.gov.cn	2 ETDZs www.nbinvest.gov.cn , www.nbetdz.com	ETDZ www.wetdz.gov.cn		SEZ		HIDZ www.zhuhai-hitech.com	SEZ	ETDZ www.yangpu.gov.cn	ETDZ www.cetz.com	ETDZ	ETDZ www.cdtdz.com	ETDZ www.ketdz.gov.cn	ETDZ www.xetdz.com.cn
		HIDZ www.hunnan.gov.cn	HIDZ www.dlhitech.gov.cn	HIDZ www.hi-tech.china qingdao.net	Chemical Industry Park	HIDZ www.hhtz.com	FTZ www.nftz.gov.cn			2 ETDZs www.hetz.gov.cn , www.haicang.com		FTZ www.zhfree-trade-zone.org	FTZ www.stftz.gov.cn	HIDZ	HIDZ www.hnzcq.gov.cn	HIDZ www.guz.cei.gov.cn	HIDZ www.cdht.gov.cn	HIDZ www.kmhnz.gov.cn	HIDZ www.xdz.com.cn
			FTZ www.dlftz.gov.cn	FTZ www.qdftz.gov.cn	2 HIDZs www.njnhz.com.cn , www.njdz.com	EPZ	EPZ			HIDZ www.xmtorch.gov.cn				FTZ www.hkftz.gov.cn			EPZ		

จีน: หนึ่งประเทศ หลายมณฑล หลากกฎเกณฑ์

โดย ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ

เมือง		ภาคเหนือ			ภาคตะวันออก				ภาคใต้					ภาคตะวันตก					
		เส้นทาง	ท่าอากาศยาน	ชิงเต่า	หนานจิง	หางโจว	หนิงโป	เวินโจว	เส้าชิง	เซี่ยเหมิน	ตงก่วน	จูไห่	ช่านโถว	ไห่โข่ว	ฉงชิ่ง	กุ้ยหยาง	เฉิงตู	คุนหมิง	ซีอาน
					com.cn														
			EPZ		EPZ					EPZ									
ท่าอากาศยาน		Shenyang	Dalian	Qingdao	Nanjing	Hangzhou	Ningbo	Wenzhou		Xiamen	Dongguan	Zhuhai	Shantou	Haikou	Chongqing	Guiyang	Chengdu	Kunming	Xian
		Taoxian	Zhoushuizi	Liuting	Lukou	Xianshan	Lishe	Int'l		Gaoqi	Airport	Int'l	Airport	Meilan	Jiangbei	Long-	Shuanghu	Wujiaba	Xianyang
		Int'l Airport	Int'l Airport	Int'l Airport	Int'l Airport	Int'l Airport	Int'l Airport	Int'l Airport		Int'l Airport		Airport		Int'l Airport	Int'l Airport	dongbao Airport	Int'l Airport	Int'l Airport	Int'l Airport
ปริมาณ ผู้โดยสาร (ล้านคน)	ปี 2005	4.56	5.41	5.89	5.39	8.09	2.53	2.62		6.59	NA	NA	NA	7.03	6.31	NA	13.90	11.82	7.94
	(+/- %) 2004/2005	11.0	17.2	22.3	17.8	27.7	36.8	7.5		18.1	NA	NA	NA	6.0	26.7	NA	18.9	20.6	24.8
ปริมาณ คลังสินค้า (ตัน)	ปี 2005	83,350	99,077	89,057	139,368	165,917	30,747	26,100		158,740	NA	NA	NA	60,590	100,909	NA	251,017	196,530	83,256
	(+/- %) 2004/2005	-2.3	10.5	18.0	18.3	29.4	20.5	2.6		12.1	NA	NA	NA	-9.0	15.2	NA	17.8	14.9	13.5
สถานกงสุล		ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เกาหลีเหนือ รัสเซีย สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้						ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย					กัมพูชา แคนาดา สหราชอาณาจักร เดนมาร์ก ญี่ปุ่น		สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เกาหลีใต้ ไทย สิงคโปร์ ฝรั่งเศส	กัมพูชา ลาว มาเลเซีย พม่า ไทย เวียดนาม	
โรงแรม ต่างชาติ	ปัจจุบัน	Holiday Inn, Inter- continental, Kempinski, Marriott, New World Courtyard, Shangri-la, Traders	Best Wetern, Hilton, Ramada, Shangri-la, Swissotel	Crown Plaza, Equatorial, Shangri-la,	Crowne Plaza, Ramada, Shangri-la, Sheraton	Best Western, Crown Plaza, Shangri-la, Holiday Inn, Howard Johnson, Hyatt,	Sheraton, Regent			Crown Plaza, Sofitel, Best Western	Sheraton, Sofitel				Harbor Plaza, Hilton, Holiday Inn, Inter- continental, JW Marriott	Howard Johnson	Holiday Inn, Crown Plaza, Kempinski, Sheraton, Sofitel	Harbor Plaza	Howard Johnson, Hyatt, Sheraton, Sofitel

เมือง		ภาคเหนือ			ภาคตะวันออก					ภาคใต้					ภาคตะวันตก				
		เชียงใหม่	ลำพูน	ลำปาง	ขอนแก่น	อุดรธานี	หนองบัวลำภู	กาฬสินธุ์	ยโสธร	ชัยภูมิ	มหาสารคาม	ร้อยเอ็ด	ยโสธร	มหาสารคาม	กาฬสินธุ์	ยโสธร	มหาสารคาม	กาฬสินธุ์	ยโสธร
						Radisson, Ramada, Sofitel													
	อนาคค		Four Points by Sheraton, Marriott	Ibis	Novotel, Sofitel					Ramada, Sheraton	Shangri-la	Holiday Inn		Hilton, Marriott Resort, Sofitel	Ibis, Sheraton	Sheraton	Shangri-la, Ibis		
ร้านค้า ปลีก ต่างชาติ	Wal-mart	2	3	1	1	0	0	0	0	2	1	0	1	กำลังมา	1	1	0	3	0
	Carrefour	4	2	3	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	2	0	3	2	1 (+2)
	Pizza Hut	5	5	3	5	9	3	1	1	4	2	1	1	1	6	0	4	1	3
	Starbuck	2	3	3	1	2	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	5	0	0
นักลงทุน ต่างชาติที่ สำคัญ	ปัจจุบัน	BASF, Bekaert, BMW, GE, Coca-Cola, Johnson, Lear, Michelin, Toshiba	Accenture, Canon, Dell, Ericsson, Goodyear, Hyundai, LG Industry, Liebherr, Nokia, GE, Panasonic, Pfizer, Sanyo, Thyssen Krupp,	Alstom, Astra Zeneca, Bombardier, BP, DFDS, Fiat, Ford, Panasonic, Siemens Mazda, Motorola, Shell, Siemens, Toshiba	BASF, Bayer, Electrolux, IBM, KPMG, Panasonic, Siemens	Bayer, BP, Dow, Esso, Maness- mann, Mitsui, Samsonite, Samsung			Dell, GE, Honeywell	DuPont, Duracell, GE, ICI, NEC, Nestle, Nobel, Nokia, Samsung, Schenker, Swire	BP, Canon, Exxon, Mitsu- bishi, Philips, Siemens, Toshiba			ABB, Astra Zeneca, Cummins, Kodak, Ford, GE, Honda, HSBC, ICI, Metro, P&O, Nedlloyd, Siemens, Thyssen Krupp		Alcatel, Coca-Cola, GE, Intel, Lafarge, Microsoft, Motorola, P&G, Svhenker, Sharp, Toyota	Kunlene, Molins, Salim	GE, Goodrich, Intel	

เมือง		ภาคเหนือ			ภาคตะวันออก					ภาคใต้					ภาคตะวันตก				
		เฉิ่นหยาง	ต้าเหลียน	ชิงเต่า	หนานจิง	หางโจว	หนิงโป	เวินโจว	เส้าชิง	เซี่ยเหมิน	ตงกวาง	จูไห่	ช่านโถว	ไห่โข่ว	ฉงชิ่ง	ก๊วยหยาง	เฉิงตู	คุนหมิง	ซีอาน
			Toshiba, Total																
	อนาคต	Bank of Tokyo, Industrial Bank of Korea	Bang of East Asia, Hitachi	Saudi Aramco	BNP Paribas, ING, Intel	Carlisle, Manulife, Itochu	Fedex, OCCL, Sagem	Auchan	Manulife, Visteon	Chunghwa, Kodak, Maersk, Metro	Evermore, Nokia, Metro	BP, Hatting, Kirin, Sunway	CLP Holdings	Raytheon	B&Q, Isuzu, SinoFrench Water, TRW, Volvo	HSBC, Singapore Techno- logies Engi- neering	Alcatel, Citibank, Manulife	Veolia Water, Unicore, Metro	Bank of East Asia, Cummins, Micron, Towngas
เว็บไซต์รัฐบาลท้องถิ่น		www.shenyang.gov.cn	www.dalian-gov.net	www.qingdao.gov.cn	www.nanjing.gov.cn	www.hangzhou.gov.cn	www.ningbo.gov.cn	www.wenzhou.gov.cn	www.shaoxing.gov.cn	www.xm.gov.cn	www.dongguan.gov.cn	www.zhuhai.gov.cn	www.shantou.gov.cn	www.haikou.gov.cn	www.cq.gov.cn	www.guiyang.gov.cn	www.chengdu.gov.cn	www.km.gov.cn	www.xa.gov.cn

ที่มา: “China’s Second-Tier Cities Compared,” *China Briefing* (June 2006):8-9.

หมายเหตุ: เขตพัฒนาพิเศษ ได้แก่ Special Economic Zone (SEZ), Economic and Technological Development Zone (ETDZ), High-Tech Industrial Development zone (HIDZ), Free Trade Zone (FTZ), Export Processing Zone (EPZ)

โดยสรุป จากการศึกษาทำความเข้าใจและวิเคราะห์พื้นที่ศึกษาทั้ง 18 แห่งของจีนในแง่โอกาสและศักยภาพในการเป็นตลาดของสินค้าไทย โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ทั้งในระดับมหภาค ศึกษาปัจจัยด้านอุปสงค์ที่มีผลต่อการบริโภคของชาวจีน ทั้งในแง่รายได้ของคนจีนในเขตเมืองและชนบท และลักษณะการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคในด้านต่างๆ ที่สำคัญ และการศึกษาวิเคราะห์ในระดับตลาด ทั้งในด้านอุปนิสัย พฤติกรรม และรสนิยม ตลอดจนการวิเคราะห์ศักยภาพในการเป็นแหล่งในการจัดซื้อจัดหา (sourcing) สินค้านำเข้าของไทย ผลการศึกษาจะสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสและศักยภาพของมณฑล/เมืองสำคัญของจีนในการเป็นตลาดของสินค้าไทย และเป็นแหล่งในการจัดซื้อจัดหาสินค้านำเข้าของไทย อย่างไรก็ดี ในทางปฏิบัติ ในการติดต่อค้าขายระหว่างไทย-มณฑลจีนยังคงมีปัญหาและอุปสรรคต่างๆ นานัปการ ซึ่งจะกล่าวต่อไปในส่วนสุดท้าย

สำหรับผลการศึกษาวิเคราะห์สินค้าที่เป็นผลประโยชน์ของไทยในการค้าขายกับมณฑลจีน ภายใต้กรอบข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน สรุปอยู่ในตารางที่ 24

ตารางที่ 24

ตารางบทวิเคราะห์สินค้าที่เป็นผลประโยชน์ของไทยในการค้าขายกับมณฑลจีน ภายใต้กรอบข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน

กลุ่มสินค้า	สินค้า	ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกของไทย		การผลิตและความต้องการของจีน		โอกาสทางการค้าระหว่างไทยกับจีน		
		การผลิต	การส่งออก	การผลิต	ความต้องการ	นโยบายและ มาตรการของจีน	มาตรการทางด้าน ภาษีภายใต้ข้อตกลง เขตอาเซียน	โอกาสทางการค้า
สินค้าที่ ไทยมี ความ ได้เปรียบ ในการ ผลิตและ จีนมีความ ต้องการ สูง	ยางพารา	ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับหนึ่งของโลก และกำลังเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตจากยางแผ่นรมควันไปสู่ยางแท่งที่มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่า	ไทยส่งออกยางพาราประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณผลิต ตลาดส่งออกใหญ่ที่สุดคือจีนและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	จีนปลูกยางใน 5 มณฑลประมาณร้อยละ 96 ของผลผลิต โดยมีการส่งเสริมพื้นที่เพาะปลูกอย่างต่อเนื่อง แต่ผลผลิตต่อไร่ยังค่อนข้างต่ำและมีปริมาณผลผลิตประมาณ 1 ใน 5 ของไทยเท่านั้น	จีนมีอัตราการนำเข้ายางเพิ่มขึ้นปีละกว่าร้อยละ 12 และยังมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการผลิตยางล้อรถยนต์ และจีนนำเข้ายางธรรมชาติจากไทยมากที่สุดประมาณครึ่งหนึ่งของการนำเข้าจากทุกประเทศ	รัฐบาลจีนประสบความสำเร็จในการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์และการแปรรูปยางพาราเป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรในการสนับสนุนการปลูกยาง	ยางธรรมชาติเป็นสินค้าอ่อนไหวสูงของจีน อัตราภาษีอยู่ที่ร้อยละ 20 และไม่มี การลดลง	ไทยพึ่งพาดูดเงินมาก ขณะที่แม้จีนจะนำเข้าจากไทยมากที่สุด แต่จีนก็พึ่งพาอินโดนีเซียและมาเลเซียด้วย นอกจากนี้ โอกาสขยายการส่งออกจากการลดภาษีก็ไม่เกิดขึ้น สภาพการแข่งขันจึงไม่แตกต่างระหว่างก่อนและหลังการทำข้อตกลง

กลุ่มสินค้า	สินค้า	ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกของไทย		การผลิตและความต้องการของจีน		โอกาสทางการค้าระหว่างไทยกับจีน		
		การผลิต	การส่งออก	การผลิต	ความต้องการ	นโยบายและมาตรการของจีน	มาตรการทางด้านภาษีภายใต้ข้อตกลงเขตอาเซียน	โอกาสทางการค้า
	มันสำปะหลัง	ไทยเป็นผู้ผลิตมันสำปะหลังรายใหญ่รายหนึ่งในเอเชีย และการผลิตมันสำปะหลังของไทยยังมีแนวโน้มที่ดีขึ้นทั้งปริมาณการผลิตและประสิทธิภาพการผลิต	ไทยส่งออกมันสำปะหลังในปี 2005 เกือบทั้งหมดไปจีน จากก่อนหน้านี้ที่ส่งไปจีนเพียงประมาณร้อยละ 50	พื้นที่ปลูกมันสำปะหลังของจีนกระจุกตัวอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งค่อนข้างจำกัด และไม่มีการเพิ่มขึ้นมากนัก ในขณะที่แม้ว่าประสิทธิภาพการปลูกจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่ก็ไม่มากนักเช่นกัน	จีนนำมันสำปะหลังส่วนใหญ่ไปใช้เป็นวัตถุดิบในภาคอุตสาหกรรม (60%) อาหารสัตว์ (30%) และอาหารมนุษย์ (10%) โดยนำเข้าจากไทยมากที่สุดประมาณร้อยละ 80	จีนมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาพลังงานเอทานอลทำให้มีความต้องการมันสำปะหลังสูงมาก ขณะที่นโยบาย Farmer Participatory Research เพื่อพัฒนาสายพันธุ์ด้วย	อัตราภาษีลดลงเหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่ปี 2003 ตามข้อตกลงทวิภาคีเร่งลดภาษีในหมวด HS07-08	ไทยและจีนต่างก็พึ่งพาซึ่งกันและกันในการค้ามันสำปะหลัง โดยภาษีที่ลดลงทำให้ไทยได้ประโยชน์เนื่องจากคู่แข่งอื่นในอาเซียนมีสัดส่วนการค้าน้อยกว่า

กลุ่มสินค้า	สินค้า	ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกของไทย		การผลิตและความต้องการของจีน		โอกาสทางการค้าระหว่างไทยกับจีน		
		การผลิต	การส่งออก	การผลิต	ความต้องการ	นโยบายและมาตรการของจีน	มาตรการทางด้านภาษีภายใต้ข้อตกลงเขตอาเซียน	โอกาสทางการค้า
สินค้าที่จีนไม่สามารถผลิตเองได้ แต่มีความต้องการสูง	ทุเรียน	ทุเรียนได้ชื่อว่าเป็น King of Fruit ของไทย โดยผลผลิตเกือบทั้งโลกอยู่ที่ประเทศไทยและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ทำให้ราคาทุเรียนปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องเช่นกัน	ไทยส่งออกทุเรียนไปทั่วโลกปี 2005 ประมาณ 54 ล้านเหรียญ สหรัฐ. เพิ่มขึ้นจากปี 2004 ร้อยละ 34 โดยร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศจีน	จีนไม่มีการผลิตทุเรียน	จีนและฮ่องกงมีแนวโน้มนำเข้าทุเรียนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการเพิ่มขึ้นของรายได้ชาวจีน (เพราะบางส่วนส่งผ่านฮ่องกง)	จีนมีมาตรการควบคุมการนำเข้าผลไม้อย่างเข้มงวดรวมทั้งมีกระบวนการบางส่วนที่ผู้ส่งออกชาวไทยไม่คุ้นเคยทำให้เป็นอุปสรรคทางการค้าและผู้ส่งออกบางส่วนจึงส่งผ่านฮ่องกงแทน	อัตราภาษีลดลงเหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่ปี 2003 ตามข้อตกลงทวิภาคีแรงกดดันในหมวด HS07-08	โอกาสของทุเรียนไทยมีสูงมาก ประกอบกับชาวจีนเองก็นิยมการบริโภคทุเรียนอยู่แล้ว แต่ต้องสร้างความชัดเจนในด้าน การตรวจสอบผลไม้นำเข้าของจีน

กลุ่มสินค้า	สินค้า	ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกของไทย		การผลิตและความต้องการของจีน		โอกาสทางการค้าระหว่างไทยกับจีน		
		การผลิต	การส่งออก	การผลิต	ความต้องการ	นโยบายและ มาตรการของจีน	มาตรการทางด้าน ภาษีภายใต้ข้อตกลง เขตอาเซียน	โอกาสทางการค้า
	เนื้อจระเข้	ไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการเพาะเลี้ยงลูกพันธุ์จระเข้ ทั้งนี้เนื่องจากภูมิอากาศเหมาะสมทำให้แม่จระเข้ให้ไข่ด้วยจำนวนเดือนที่มากกว่า	ไทยเป็นผู้ส่งออกเนื้อจระเข้ลำดับที่ 6 ของโลก โดยส่วนมากส่งไปยังฮ่องกงเป็นหลัก	จีนมีการผลิตเนื้อจระเข้เพื่อการบริโภคภายในประเทศแต่ยังไม่เพียงพอับความต้องการ โดยในปัจจุบันกฎหมายจีนอนุญาตให้บริโภคได้อย่างถูกต้องจากฟาร์มที่จดทะเบียน	ความต้องการบริโภคเนื้อจระเข้เพิ่มสูงขึ้นภายหลังการอนุญาตโดยกฎหมาย ซึ่งไม่มีสถิติการนำเข้าเนื้อจระเข้มาที่จีนโดยตรงแต่มีการนำเข้าของฮ่องกงแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคจีนซื้อจากพ่อค้าคนกลางชาวฮ่องกง และส่วนใหญ่ผู้บริโภคเนื้อจระเข้ของจีนอยู่ที่กวางโจว	การนำเข้าเนื้อจระเข้มาที่จีนโดยตรงต้องขอ Import Permit จาก AQSIQ และต้องมีใบอนุญาต CITES ด้วย ขณะที่ถ้าส่งผ่านฮ่องกงพ่อค้าคนกลางชาวฮ่องกงจะดูแลให้ทั้งหมด	อัตราภาษีลดลงเหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่ปี 2003 ตามข้อตกลงทวิภาคีแรงกดดันภายในหมวด HS07-08	จีนต้องการเนื้อจระเข้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและไทยก็มีศักยภาพในการผลิตค่อนข้างสูง รวมทั้งยังมีความได้เปรียบจากระยะทางที่ใกล้ อย่างไรก็ตามอินโดนีเซียก็ได้รับโอกาสนี้เช่นกัน

กลุ่มสินค้า	สินค้า	ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกของไทย		การผลิตและความต้องการของจีน		โอกาสทางการค้าระหว่างไทยกับจีน		
		การผลิต	การส่งออก	การผลิต	ความต้องการ	นโยบายและมาตรการของจีน	มาตรการทางด้านภาษีภายใต้ข้อตกลงเขตอาเซียน	โอกาสทางการค้า
สินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบในการผลิตและมีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value-added)	อัญมณี	ไทยมีศักยภาพในอุตสาหกรรมอัญมณีมาเป็นเวลานาน เนื่องจากการมีทักษะฝีมือความชำนาญและความปราณีตของแรงงานที่ผลิต โดยร้อยละ 90 ของการผลิตมาจาก SMEs	สินค้าส่งออกหลักของไทยคือเครื่องเพชรพลอย (7113) และเพชร (7102) ประมาณร้อยละ 50 และ 25 ตามลำดับ โดยตลาดหลักคือกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง ขณะที่จีนมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 0.5 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีไทย	การผลิตส่วนใหญ่อยู่ในมณฑลกวางตุ้ง โดยเขตเศรษฐกิจพิเศษเซินเจิ้น ผลิตเพื่อขายในประเทศ และพานหุย ผลิตเพื่อการส่งออกถึงประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีของจีน	การบริโภคเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วตามรายได้ โดยความนิยมเริ่มเปลี่ยนแปลงจากเครื่องประดับทองคำล้วนมาเป็น Platinum และ White Gold ประดับเพชร ตามความสำเร็จของการตลาดของ De Beers ส่งผลให้จีนมีการนำเข้าเพชรเป็นจำนวนมาก ขณะที่การนำเข้าจากไทยมากที่สุดคือพลอยสี (7103)	รัฐบาลจีนออกใบอนุญาตให้อัญมณีทุกชิ้นที่ผ่านการตรวจสอบโดย National Gemstone Testing Center ทั้งเพื่อขายในประเทศและส่งออก ขณะที่ภาคเอกชนได้รับความร่วมมือจากฮ่องกงในการพัฒนาศูนย์กลางการค้าอัญมณีขนาดใหญ่จำนวนมาก	สินค้าอยู่ในกรอบสินค้าปกติและสินค้ายืดหยุ่นทำให้อัตราภาษีลดลงเหลือร้อยละ 0	ไทยเป็นแหล่งนำเข้าอัญมณีลำดับ 6 ของจีนแต่จีนเป็นตลาดส่งออกที่เล็กมากของไทย อย่างไรก็ตาม แม้ไทยเป็นผู้นำตลาดพลอยสีในจีน แต่พลอยสีก็ยังเป็นที่นิยมไม่มากนักของผู้บริโภคจีน โอกาสทางการค้าจึงขึ้นอยู่กับ การส่งเสริมการตลาดของพลอยสีไทยในจีน

กลุ่มสินค้า	สินค้า	ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกของไทย		การผลิตและความต้องการของจีน		โอกาสทางการค้าระหว่างไทยกับจีน		
		การผลิต	การส่งออก	การผลิต	ความต้องการ	นโยบายและมาตรการของจีน	มาตรการทางด้านภาษีภายใต้ข้อตกลงเขตอาเซียน	โอกาสทางการค้า
	กุ้งแช่เย็นแช่แข็ง	ไทยผลิตกุ้งจากการเพาะเลี้ยงได้มากที่สุดของโลกคือประมาณร้อยละ 25 และยังใช้เทคโนโลยีการแปรรูปที่ทันสมัยทำให้มีความได้เปรียบทั้งต้นทุนวัตถุดิบและคุณภาพของการแปรรูป	ไทยส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งมากที่สุดในโลกประมาณร้อยละ 15 ใกล้เคียงกับอินเดีย โดยมีการส่งออกมากที่สุดกว่าร้อยละ 50 ไปสหรัฐฯ และประมาณร้อยละ 1-2 ส่งออกไปจีน	จีนเป็นผู้ผลิตกุ้งในแถบตะวันออกอันดับ 2 รองจากไทย โดยแหล่งเพาะเลี้ยงส่วนใหญ่อยู่ที่เจียงซู กว่างตง และเจ้อเจียง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ แต่ก็ยังมีการส่งออกอยู่บ้างซึ่งประมาณร้อยละ 40 เป็นการส่งไปญี่ปุ่น	จีนยังต้องการบริโภคกุ้งแช่เย็นแช่แข็งในสัดส่วนที่ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากมีราคาสูงและนิยมบริโภคของสดมากกว่า แต่ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเนื่องจากคนจีนมีรายได้สูงขึ้นและสินค้าราคาค่อนข้างต่ำรวมทั้งสะดวกต่อการซื้อและเก็บ	จีนมีข้อจำกัดการนำเข้าค่อนข้างมาก เพราะมาตรฐานการตรวจสอบต่างไปจากมาตรฐานสากล และกระบวนการตรวจสอบก็ค่อนข้างยุ่งยาก ขณะที่นโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้ในประเทศก็ยังคงมีปัญหาเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน	อัตราภาษีลดลงเหลือร้อยละ 0 ตามข้อตกลงทวิภาคี	แม้ไทยจะเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก แต่จีนก็สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มากขึ้นเช่นกัน รวมทั้งอัตราภาษีที่ลดลงยังทำให้อินโดนีเซียและเวียดนามซึ่งเป็นคู่แข่งของไทยได้ประโยชน์ด้วย

กลุ่มสินค้า	สินค้า	ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกของไทย		การผลิตและความต้องการของจีน		โอกาสทางการค้าระหว่างไทยกับจีน		
		การผลิต	การส่งออก	การผลิต	ความต้องการ	นโยบายและมาตรการของจีน	มาตรการทางด้านภาษีภายใต้ข้อตกลงเขตอาเซียน	โอกาสทางการค้า
สินค้าที่มีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบในประเทศไทยค่อนข้างสูง (High Local Content)	กระดาษ	ไทยเป็นผู้ผลิตเชื้อและการดาบรายใหญ่ที่มีศักยภาพด้านการลงทุนสูง ทำให้มีต้นทุนที่แข่งขันได้ แต่ยังมีปัญหาในเรื่องของพื้นที่เพาะปลูกยูคาลิปตัสที่ไม่เพียงพอ	ไทยส่งออกกระดาษเยียน (4802) มากที่สุดร้อยละ 30 รองลงมาคือกระดาษชำระ (4818) ร้อยละ 20 โดยตลาดส่งออกหลักคือ มาเลเซีย จีนและเบลเยียม โดยกระดาษที่ไทยส่งไปจีนมากที่สุดคือกระดาษแข็ง (4805) ร้อยละ 30 และกระดาษแข็งเซลลูโลส (4811) ร้อยละ 27	อุตสาหกรรมกระดาษของจีนมีขนาดเล็กและใช้เทคโนโลยีต่ำ รวมทั้งจีนมีกฎหมาย Logging Ban ทำให้มีปัญหาเรื่องวัตถุดิบ อย่างไรก็ตาม มณฑลที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกระดาษของจีนอยู่ในภาคตะวันออกที่ติดชายฝั่งทะเลเป็นหลัก	จีนมีอุปสงค์การใช้กระดาษและนำเข้ากระดาษมากที่สุดในโลก โดยเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี โดยส่วนใหญ่จีนนำเข้ากระดาษจากญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา โดยนำเข้าจากไทยเพียงร้อยละ 2.22 เท่านั้น	จีนมีกฎหมายห้ามตัดไม้ภายในประเทศ แต่กเว้นภาษีนำเข้าไม้จากต่างประเทศ เพื่อให้มีวัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิตกระดาษ รวมทั้งให้การสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมกระดาษจากต่างประเทศด้วย	สินค้ากระดาษส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มสินค้าอ่อนไหว/อ่อนไหวสูง ทำให้มีการลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0-5 / ไม่มีการลดภาษี	จีนมีความต้องการกระดาษเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ในขณะที่ไทยก็มีศักยภาพสูงมาก แต่กระดาษอยู่ในกลุ่มสินค้าอ่อนไหว/อ่อนไหวสูง จึงไม่น่าจะได้รับประโยชน์มากนักจากข้อตกลงการค้าเสรี

กลุ่มสินค้า	สินค้า	ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกของไทย		การผลิตและความต้องการของจีน		โอกาสทางการค้าระหว่างไทยกับจีน		
		การผลิต	การส่งออก	การผลิต	ความต้องการ	นโยบายและมาตรการของจีน	มาตรการทางด้านภาษีภายใต้ข้อตกลงเขตอาเซียนจีน	โอกาสทางการค้า
	ผลิตภัณฑ์ข้าว	ข้าวเป็นอาหารหลักของคนไทยประกอบกับความสามารถในการประกอบอาหารทำให้ไทยสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวได้หลากหลาย นอกจากนี้ไทยมีการผลิตข้าวซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบจำนวนมาก ไทยจึงมีความได้เปรียบทั้งด้านต้นทุนและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวประมาณร้อยละ 60 ของทั้งโลกและยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยมีตลาดหลักอยู่ที่ญี่ปุ่นและฮ่องกงขณะที่จีนเป็นคู่ค้าลำดับที่ 5 ของไทยด้วยสัดส่วนประมาณร้อยละ 6	จีนเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวรายใหญ่ โดยเป็นผู้ส่งออกอันดับ 2 ของโลกรองจากไทย แต่ก็มีส่วนแบ่งในตลาดโลกเพียงประมาณร้อยละ 7.7 เท่านั้น ซึ่งยังถือว่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับไทย	ผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยเริ่มเป็นที่นิยมในจีนมากขึ้นเนื่องจากมีคุณภาพดีแม้ว่าจะมีราคาสูงซึ่งในอดีตเป็นการขายในตลาดฮ่องกงเป็นหลัก และในปัจจุบันส่วนใหญ่กักกระจุกด่วนอยู่ในเมืองที่ใกล้ฮ่องกงเช่นเซินเจิ้นเป็นต้น นอกจากนี้การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกือบทั้งหมดของจีนมาจากไทย	ก่อนการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวไปจีนต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานควบคุมคุณภาพของจีนคือ CCIC ซึ่งอยู่ในประเทศไทย	ผลิตภัณฑ์ข้าวอยู่ในกลุ่มสินค้าอ่อนไหวซึ่งลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0-5 เฉพาะในโควตา ขณะที่อัตราภาษีนอกโควต้ายังคงอยู่ที่ร้อยละ 130	ไทยมีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวที่มีคุณภาพสูงและจีนก็มีความต้องการสินค้าดังกล่าวตามการเพิ่มสูงขึ้นของรายได้แม้ว่าสินค้าจะได้รับ การลดภาษีเฉพาะในโควตาแต่ไทยก็ยัง คงได้ประโยชน์ดังกล่าว นอกจากนี้ยังไม่มีคู่แข่งอื่นในอาเซียนที่มีศักยภาพใกล้เคียง

เส้นทางขนส่งลำเลียงสินค้าระหว่างไทย-มณฑลจีน

แม้ว่าเส้นทางขนส่งและลำเลียงสินค้าระหว่างไทย-มณฑลจีนจะมีหลากหลายรูปแบบมากขึ้น ทั้งทางบก (ผ่านพม่าและลาว) ทางน้ำ (แม่น้ำโขงและเส้นทางทะเล) และทางอากาศ ผลการศึกษาพบว่า ที่ผ่านมา เส้นทางหลักในการขนส่งและลำเลียงสินค้าจากไทยไปมณฑลจีน คือ การขนส่งทางเรือเดินทะเล โดยส่วนใหญ่จะขนถ่ายสินค้าที่ทำเรือกรุงเทพฯ ไปยังท่าเรือสำคัญของจีนที่อยู่ทางตอนใต้ โดยเฉพาะท่าเรือในมณฑลกวางตุ้ง เพื่อผ่านพิธีการด่านศุลกากรก่อนที่จะมีการขนส่งลำเลียงต่อไปยังตลาดภายในของจีน ซึ่งมีทั้งการขนส่งทางรถไฟและทางถนน ซึ่งเส้นทางขนส่งและลำเลียงสินค้าไทยเพื่อเข้าสู่มณฑลจีนจะเป็นเส้นทางใด ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะสินค้าและเป้าหมายในการกระจายสินค้าออกสู่ตลาด เช่น

การขนส่งทางอากาศ เช่น สินค้าที่มีมูลค่าสูง กลุ่มอัญมณี หรืออุปกรณ์ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ เนื่องจากการขนส่งทางอากาศมีความปลอดภัยและเป็นการขนส่งที่รวดเร็วที่สุด และสามารถเข้าถึงแหล่งตลาดค้าส่งและค้าปลีกได้รวดเร็ว สินค้ามีการขนถ่ายน้อย มีโอกาสเสียหายน้อย ซึ่งเหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการความรวดเร็วในการวางจำหน่าย (เช่น ผลไม้สด) แต่ก็มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงกว่าเส้นทางอื่นๆ

การส่งออกสินค้าไทยไปจีนโดยใช้เส้นทางอากาศมักจะเป็นกรณีการขนส่งสินค้ามูลค่าสูง หรือการขนส่งผลไม้ในช่วงต้นฤดูกาลผลิตที่มีสินค้าน้อยและราคาสูง เส้นทางขนส่งจะเน้นสนามบินในเมืองสำคัญต่างๆ ของจีน เช่น สนามบินกว่างโจว ช่างไห่ เป่ย์จิง กุ๋นหมิง หรือ เจิ้งตู เป็นต้น

การขนส่งทางทะเล ในปัจจุบัน จีนยังได้พัฒนาท่าเทียบเรือน้ำลึกที่ทันสมัยมากขึ้น สินค้าไทยที่มีการขนส่งไปมณฑลจีนในปริมาณมาก เช่น ยางพารา มันสำปะหลัง มักจะนิยมขนส่งสินค้าวัตถุดิบเหล่านี้โดยเส้นทางทะเล เนื่องจากมีความแน่นอนและเป็นสากล สามารถรองรับการขนส่งสินค้าที่มีปริมาณมากและต้องการความปลอดภัยในการจัดส่ง

ทางด้านเส้นทางขนส่งทางทะเล ส่วนใหญ่จะใช้เส้นทางจากแหลมฉบังผ่านทะเลจีนใต้ไปยังท่าเรือสำคัญของจีน โดยเฉพาะท่าเรือในมณฑลกวางตุ้ง และท่าเรือในมหานครชางไห่ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

การขนส่งผ่านแม่น้ำโขง ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่เน้นตลาดจีนตอนใน เนื่องจากมีระยะทางและระยะเวลาเดินทางที่ไม่ยาวนานนัก หากเป็นฤดูหนาว และมีความเสี่ยงต่อการดำเนินการต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบกับเส้นทางอื่นๆ นอกจากนี้ พิธีการและขั้นตอนในการผ่านด่านศุลกากรต่างๆ ที่อยู่ในมณฑลหยุนหนานค่อนข้างมีความยืดหยุ่นให้กับสินค้าไทยพอสมควร รวมทั้งในขณะนี้ มีท่าเรือพาณิชย์ตามแม่น้ำโขงเพิ่มขึ้นหลายแห่ง

อย่างไรก็ดี เส้นทางแม่น้ำโขงยังมีจุดอ่อนอีกหลายประการ เช่น ปัญหาในเชิงภูมิศาสตร์ระดับน้ำไม่แน่นอน ระบบการขนถ่ายไม่เป็นสากลเต็มที่ และต้องมีการขนถ่ายสินค้าหลายครั้ง อาจสร้างความเสียหายต่อสินค้า

การขนส่งทางบก เป็นเส้นทางขนส่งสินค้าไปยังจีนด้วยรถบรรทุกโดยผ่านประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่าและลาว แม้ว่าจะมีหลายเส้นทางให้เลือก หากแต่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนักเนื่องจากสภาพถนนไม่ดี การก่อสร้างไม่เสร็จสมบูรณ์ ต้องเสียค่าผ่านทางในราคาแพง และระบบการขนส่ง/ขนถ่ายสินค้ายังไม่สามารถรองรับการขนส่งในปริมาณมาก

โดยสรุป เส้นทางลำเลียงสินค้าระหว่างไทย-มณฑลจีน จึงขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของสินค้า เช่น สินค้ากลุ่มอาหาร เช่น ผลิตภัณฑ์จากข้าว ข้าวหอมมะลิ และผลไม้จะมีแหล่งตลาดอยู่ทางมณฑลจีนชายฝั่งทางตอนใต้ เช่น กว่างโจว จึงนิยมขนส่งลำเลียงสินค้าจากไทยโดยใช้เส้นทางเดินเรือเข้าสู่มณฑลกว่างตงเป็นหลัก เพื่อขนส่งลำเลียงไปยังตลาดขายส่งขนาดใหญ่ของจีน (ตลาดเจียงหนานหรือหลิ่วยู่) ก่อนจะกระจายต่อไปยังผู้บริโภค

ส่วนกลุ่มวัตถุดิบ ชิ้นส่วน หรือกึ่งวัตถุดิบ รวมทั้งชิ้นส่วนสำหรับป้อนอุตสาหกรรมของจีน เช่น เม็ดพลาสติก จะใช้เส้นทางเดินเรือเข้าสู่ท่าเรือของจีนที่อยู่ในมณฑลจีนชายฝั่งทางตอนบนหรือชายฝั่งตอนกลาง เช่น มหานครเซี่ยงไฮ้ จิงเต่า เทียนจิน หรือต้าเหลียน เนื่องจากมณฑลเหล่านี้เป็นแหล่งผลิตภาคอุตสาหกรรมของจีน เป็นต้น

นอกจากนี้ แหล่งตลาดของจีนที่อยู่ทางตอนใน ส่วนใหญ่จะเป็นการขนส่งและลำเลียงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความต้องการหรืออุปสงค์ในแถบทางใต้ของยูนหนาน หรือมณฑลไกล่เคียง เช่น ชือชวน ซึ่งที่ผ่านมา ยังมีปริมาณไม่สูงมาก

ดังนั้น แต่ละเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างไทย-จีน ก็จะมีการขนส่งลำเลียงสินค้าที่ต่างกลุ่มต่างประเภทกัน เพื่อขนส่งและกระจายไปสู่ตลาด/ผู้บริโภค/ผู้ใช้ปลายทางที่ต่างกัน ซึ่งทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับความต้องการ/อุปสงค์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

3. จีน: หนึ่งประเทศ หลากหลายกฎเกณฑ์

นอกจากจีนจะเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่ มีหลายมณฑลแล้ว ยังเป็นประเทศที่มีระบบการเมืองและการปกครองที่มีความซับซ้อนและมีลักษณะที่พิเศษเฉพาะและแตกต่างกับระบบของไทย ในการติดต่อทางธุรกิจกับประเทศจีน ไม่ว่าจะเป็นด้านการค้า หรือการลงทุน จำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจระบบการเมือง ระบบการปกครอง และนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักธุรกิจต่างชาติ ทั้งในระดับประเทศและระดับมณฑล

จีนปกครองโดยระบอบการเมืองแบบคอมมิวนิสต์ที่เป็นลักษณะเฉพาะของจีน ซึ่งเรียกว่าระบบ “ประชาธิปไตยสังคมนิยมแบบจีน” (Socialist Democracy with Chinese Characteristics)

และมีระบบเศรษฐกิจแบบ “สังคมนิยมเศรษฐกิจการตลาด” (Socialist Market Economy) โดยมีพรรคคอมมิวนิสต์จีน (Chinese Communist Party: CCP) เป็นสถาบันทางการเมืองที่มีอำนาจเด็ดขาดและสูงสุด ส่วนคณะรัฐบาล หรือที่เรียกว่า คณะมุขมนตรี (State Council) และองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่กำหนดแผนพัฒนาประเทศ นโยบาย และมาตรการ เพื่อปฏิบัติตามมติยุทธศาสตร์ และข้อชี้แนะที่พรรคกำหนด

โครงสร้างและระบบบริหารประเทศของจีน

เช่นเดียวกับโครงสร้างในระบบพรรค CCP ในการบริหารประเทศของจีน จำแนกโครงสร้างบริหารออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ การบริหารระดับประเทศ (ส่วนกลาง) และการบริหารระดับท้องถิ่น

(1) การบริหารระดับประเทศ (ส่วนกลาง) โดยมีรัฐบาลกลาง เป็นองค์กรที่มีอำนาจควบคุมการปกครองทั่วทั้งประเทศ สถาบันสำคัญในการบริหารระดับประเทศ ได้แก่ สภาผู้แทนประชาชนแห่งชาติ (National People's Congress: NPC) ประธานาธิบดี (President/Chairman of the State) และคณะรัฐบาล หรือมุขมนตรี (State Council) สำหรับรัฐบาลถือเป็นคณะผู้บริหารประเทศตามมติที่พรรคคอมมิวนิสต์จีนกำหนด และผ่านการเห็นชอบของสภา NPC คณะรัฐบาลของจีนประกอบด้วย นายกรัฐมนตรี (Premier) รองนายกรัฐมนตรี (Vice Premier) มंत्रीแห่งรัฐ (State Councilors) และรัฐมนตรี (Minister) กระทรวงต่างๆ ประธานคณะกรรมการและสำนักต่างๆ ที่ขึ้นตรงต่อสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งมีฐานะเทียบเท่ากระทรวง อยู่ในตำแหน่งคราวละ 5 ปี และไม่เกิน 2 สมัย

(2) การบริหารในระดับท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 4 ระดับใหญ่ๆ ได้แก่

ระดับที่หนึ่ง ได้แก่ มณฑล (province) เขตปกครองตนเอง (autonomous region) และมหานคร (municipality) ซึ่งมีฐานะเทียบเท่ากัน โดยจีนมีทั้งหมด 22 มณฑล (ไม่รวมไต้หวัน) 5 เขตปกครองตนเอง และ 4 มหานคร ซึ่งจะแบ่งตามเขตปกครองที่มีมาแต่โบราณ และจะมีเมืองเอกประจำมณฑล/เขตปกครองตนเอง เช่น นครกว่างโจว เป็นเมืองเอกของมณฑลกว่างตง นครหนานหนิง เป็นเมืองเอกของเขตปกครองตนเองชนชาติจ้วง กว่างซี เป็นต้น

ในกรณีของเขตปกครองตนเอง เนื่องจากประเทศจีนมีชนกลุ่มน้อยอยู่หลายชนเผ่ากระจายอยู่ในประเทศ (ประชากรจีนส่วนใหญ่มีเชื้อสาย “ฮั่น”) ดังนั้น เพื่อให้ชาวฮั่นและชนกลุ่มน้อยอยู่ร่วมกันอย่างสันติภายใต้การปกครองของพรรค CCP จึงกำหนดให้เขตพื้นที่ที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นชนกลุ่มน้อยมีฐานะเป็น “เขตปกครองตนเอง” เทียบเท่ามณฑล นอกจากนี้ ยังมีสิทธิพิเศษในหลายด้าน เช่น การให้สิทธิแก่ชนกลุ่มน้อยที่เป็นประชากรส่วนใหญ่เข้ารับตำแหน่งบริหารสูงสุดของท้องถิ่นตน และเข้ารับราชการในระดับต่างๆ ตามสัดส่วนที่กำหนด เป็นต้น

สำหรับระดับที่สอง ได้แก่ เมือง (市) / แคว้นปกครองตนเอง/เขตของมหานคร ระดับที่สาม ได้แก่ อำเภอ (县) และระดับที่สี่ ได้แก่ ตำบลและหมู่บ้าน ซึ่งทั้งหมดนี้ขึ้นตรงต่อรัฐบาลระดับมณฑล/เขตปกครองตนเอง/มหานคร และมีขอบเขตอำนาจบริหารภายในเขตพื้นที่ของตน ทั้งนี้ หน่วยปกครองระดับตำบลบางพื้นที่ยังทำหน้าที่ให้บริการในหลายๆ ด้าน และสามารถดำเนินธุรกิจต่างๆ ได้ เรียกว่า วิสาหกิจชุมชน (township and village enterprise: TVEs)

นอกจากนี้ จีนยังมี 2 เขตบริหารพิเศษ (Special Administration Region: SAR) ได้แก่ฮ่องกง และมาเก๊า ซึ่งสามารถมีอิสระในการบริหารตนเอง โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งอำนาจตุลาการ ยกเว้นนโยบายต่างประเทศและการป้องกันประเทศที่ยังต้องอยู่ภายใต้การกำกับของจีนแผ่นดินใหญ่

กล่าวโดยสรุป ระบบการเมืองการปกครองของจีนได้มีการกระจายอำนาจออกจากส่วนกลาง (decentralization) โดยให้รัฐบาลในระดับมณฑล/มหานคร/เขตปกครองตนเอง และระดับท้องถิ่นอื่นๆ ได้มีอำนาจและสิทธิในการบริหารจัดการในระดับหนึ่ง โดยจะต้องสอดคล้อง/ไม่ขัดกับกับนโยบายหรือกฎหมายในระดับประเทศ

นโยบาย กฎหมาย/กฎระเบียบบริหาร: ระดับประเทศและระดับท้องถิ่น

ด้วยระบบการเมืองการปกครองแบบการกระจายอำนาจออกจากส่วนกลาง ดังที่กล่าวมาแล้ว ทำให้มีความจำเป็นต้องเข้าใจระบบกฎหมายต่างๆ ของจีนทั้งในระดับรัฐบาลกลางและระดับท้องถิ่น โดยทั่วไป ระบบกฎหมายในประเทศจีนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับใหญ่ๆ ได้แก่ กฎหมายและกฎระเบียบบริหารในระดับประเทศกับกฎระเบียบในระดับท้องถิ่นต่างๆ ดังนี้

1) กฎหมายในระดับต่างๆ ของจีน

การออกกฎหมายในระดับประเทศ (国)

- “กฎหมาย” (中国人民共和国法律) ออกโดยสภาผู้แทนประชาชนแห่งชาติ (NPC) หรือคณะกรรมการถาวรประจำสภา (ในสมัยปิดประชุม)

- “กฎระเบียบบริหาร” (中国人民共和国行政法规) ออกโดยสำนักนายกรัฐมนตรีหรือกระทรวง คณะกรรมการ หรือสำนักที่ขึ้นตรงต่อสำนักนายกฯ

ทั้งนี้ กฎหมายและกฎระเบียบบริหาร มีผลบังคับใช้ทั่วประเทศ และกฎระเบียบบริหารจะขัดกับกฎหมายไม่ได้

(2) การออกกฎระเบียบในระดับมณฑล (省)

- “กฎระเบียบท้องถิ่น” (地方法规) ออกโดยสภาผู้แทนประชาชนประจำมณฑล/เขตปกครองตนเอง/มหานคร

- “กฎระเบียบบริหารท้องถิ่น” (地方行政法规) ออกโดยรัฐบาลในระดับมณฑล/เขตปกครองตนเอง/มหานคร

กฎระเบียบท้องถิ่น/กฎระเบียบบริหารท้องถิ่น มีผลบังคับใช้ในมณฑล/เขตปกครองตนเอง/มหานคร รวมทั้งในระดับเมือง/แคว้นปกครองตนเอง/เขตของมหานคร อำเภอ ตำบลและหมู่บ้านในมณฑลฯ นั้นๆ โดยต้องไม่ขัดกับกฎหมายและกฎระเบียบในระดับประเทศ

ทั้งนี้ ในระดับเมือง/แคว้นปกครองตนเอง/เขตของมหานคร และระดับอำเภอ ต่างก็มีอำนาจในการออกกฎระเบียบท้องถิ่น/กฎระเบียบบริหารท้องถิ่น เพื่อใช้ในเขตพื้นที่บริหารของตนเองได้เช่นกัน ดังนั้น อำเภอนับเป็นองค์กรท้องถิ่นระดับล่างสุดที่มีอำนาจหน้าที่ในการออกกฎระเบียบท้องถิ่น/กฎระเบียบบริหารท้องถิ่น ที่มีผลบังคับใช้ในพื้นที่ของตน

การมอบอำนาจจากรัฐบาลกลางสู่รัฐบาลท้องถิ่น เพื่อเป็นผู้บังคับใช้กฎหมายหรือกฎระเบียบบริหารระดับประเทศแทนรัฐบาลกลาง เช่น ด้านศุลกากร รัฐบาลจีนจะให้อำนาจถึงระดับอำเภอ ในการยึด เพา อายด์หรือทำลาย สินค้านำเข้าที่ผิดกฎหมายหรือเป็นภัยต่อประชาชน

ระบบภาษีอากรของจีน

รัฐบาลจีนมีการจัดเก็บภาษีอากรทั้งในระดับประเทศ และระดับมณฑล นักธุรกิจต่างชาติที่มีรายได้เกิดขึ้นในประเทศจีน จึงมีหน้าที่ชำระภาษีเช่นกัน สำหรับส่วนของการค้าสินค้า ส่วนใหญ่เป็นการเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับส่วนของบริการ ส่วนใหญ่จะถูกเรียกเก็บภาษีธุรกิจ

สำหรับภาษีอากรที่สำคัญของจีนและภาษีที่เกี่ยวข้องกับนักธุรกิจต่างชาติ⁴ สรุปได้ ดังนี้

ภาษีอากรที่สำคัญของจีนและภาษีที่เกี่ยวข้องกับนักธุรกิจต่างชาติ

ประเภทภาษี	ภาษีเงินได้
ภาษีเงินได้	ภาษีเงินได้นิติบุคคล – เรียกเก็บในอัตรามาตรฐานที่ร้อยละ 33 (ภาษีเงินได้ระดับประเทศร้อยละ 30 และระดับท้องถิ่น ร้อยละ 3) แต่สามารถลดหย่อนได้ถึงร้อยละ 24 สำหรับกิจการที่จัดตั้งอยู่ในเขตที่มีการส่งเสริมการลงทุน หรือร้อยละ 15 สำหรับการลงทุนด้านการผลิตที่มีการส่งเสริมเป็นพิเศษ (10 ปีขึ้นไป) หรือร้อยละ 10 สำหรับอุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย สำหรับค่าใช้จ่ายที่ชำระให้แก่ชาวต่างชาติ ปัจจุบันเรียกเก็บในอัตราร้อยละ 10 โดยเรียกเก็บจากกำไร ค่าเช่า ค่าใช้สิทธิ และรายได้อื่นๆ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา – เรียกเก็บในอัตราก้าวหน้าร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 45
ภาษี Transaction Tax หรือ Turnover Tax	ภาษีมูลค่าเพิ่ม – เรียกเก็บในอัตราทั่วไปร้อยละ 17 และในอัตราร้อยละ 13 สำหรับสินค้าบางชนิด ภาษีบริโภค – เรียกเก็บในอัตราดังแต่ร้อยละ 3 – 50 ภาษีธุรกิจ – เรียกเก็บในอัตราดังแต่ร้อยละ 3 – 20

⁴ ทั้งนี้ รอบปีการเสียภาษีของบุคคลนับตามรอบปีปฏิทิน และรอบปีการเสียภาษีของบริษัทนับตามรอบระยะเวลาบัญชีของบริษัท (corporate year) วิสาหกิจและบริษัทต่างๆ จะต้องชำระภาษีทุกเดือนหรือทุกๆ 3 เดือน บุคคลทั่วไปต้องชำระภาษีทุกเดือน และจำเป็นต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย

ประเภทภาษี	ภาษีเงินได้
ภาษีวัตถุประสงค์เฉพาะ (Specific Objective Tax)	ภาษีมูลค่าเพิ่มของที่ดิน (อสังหาริมทรัพย์) – วิชาทกิจหรือบุคคลที่ได้รับผลกำไรจากการโอนสิทธิในการใช้ที่ดินพร้อมสิทธิในสิ่งปลูกสร้างบนที่ดิน (real property) รวมทั้งส่วนควบของอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าว จะถูกเรียกเก็บภาษีในอัตราก้าวหน้าที่ร้อยละ 30 – 60
ภาษีทรัพยากร	ภาษีที่เรียกเก็บจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ
ภาษี Property Tax	ภาษีอสังหาริมทรัพย์ในเมือง – เจ้าของ ผู้ใช้ หรือผู้ดูแล บ้านหรืออาคารมีหน้าที่ชำระภาษีในอัตราร้อยละ 12 จากมูลค่าเดิมหักค่าใช้จ่ายบางส่วน หรือในอัตราร้อยละ 12 จากจำนวนเงินค่าเช่า
ภาษีพฤติกรรม	ภาษีการใช้นานพาหนะและเรือ และภาษีป้ายทะเบียน – โดยปกติจะเรียกเก็บจากการใช้นานพาหนะและเรือในประเทศจีนเป็นจำนวนเงินที่กำหนดแน่นอน ภาษีการได้มาซึ่งยานพาหนะ – จะถูกเรียกเก็บในอัตราร้อยละ 10 จากการซื้อหรือนำเข้า รถยนต์ มอเตอร์ไซด์ รถราง รถเมล์ไฟฟ้า รถสองล้อสำหรับบรรทุกของ และรถบรรทุกบางชนิด ภาษีอากรแสตมป์ – วิชาทกิจหรือบุคคลที่ได้รับหรือจัดทำ “เอกสารเฉพาะ” ในประเทศจีนจะต้องชำระภาษีอากรแสตมป์ ในอัตราร้อยละ 0.005 ถึงร้อยละ 0.01
ภาษีศุลกากร	ภาษีศุลกากร – วิชาทกิจหรือบุคคลที่มีการนำเข้าหรือส่งออกจะถูกเรียกเก็บภาษีศุลกากรในอัตราต่างๆ กัน
ภาษีเกี่ยวกับการเงิน	ภาษีโอนที่ดิน – ผู้รับโอนหรือผู้รับโอนสิทธิในการใช้ที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์จะถูกเรียกเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 3 – 5
สิทธิประโยชน์ต่างๆ	ปัจจุบัน กิจกรรมที่ลงทุนโดยต่างชาติที่จัดตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ และ/หรืออยู่ในภาคอุตสาหกรรมส่งออก มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และโครงการเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน (กิจการที่ “ส่งเสริม” การลงทุน) จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลต่างๆ

ในการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ รัฐบาลจีนนิยมใช้วิธีการใช้สิทธิพิเศษโดยการยกเว้นหรือการลดหย่อนภาษีให้กับธุรกิจของต่างชาติที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เช่น การลดภาษีเงินได้นิติบุคคลลงเหลือร้อยละ 24 จากอัตรากปกติร้อยละ 33 ซึ่งอัตรากปกตินี้ แบ่งย่อยออกเป็นส่วนที่จะนำไปเข้าระบบการคลังของรัฐบาลกลางร้อยละ 30 และส่วนของรัฐบาลท้องถิ่นร้อยละ 3 หากแต่สำหรับอัตราพิเศษ เช่น ร้อยละ 24 (เช่น ในกรณีที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในภาคตะวันตกของจีน) ก็จะสามารถแบ่งย่อยออกเป็นการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลให้กับรัฐบาลกลางร้อยละ 24 และไม่ต้องเสียภาษีเงินได้แก่รัฐบาลท้องถิ่น เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทของชาวจีนจะไม่ได้รับสิทธิและประโยชน์ด้านภาษีดังกล่าว และหากเป็นกิจการร่วมทุนระหว่างชาวจีนและชาวต่างชาติ ก็จะต้องมีสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 จึงจะมีสิทธิในการรับสิทธิพิเศษทางภาษีดังกล่าว

กรณีศึกษา: ระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value-added Tax: VAT)

การเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ในประเทศจีน ถือว่าเป็นการบังคับใช้กฎระเบียบบริหารระดับประเทศ⁵ ซึ่งทุกมณฑลและพื้นที่ของจีนต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบบริหารของส่วนกลางดังกล่าว สำหรับข้อกำหนดเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สรุปได้ ดังนี้

- ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในประเทศจีน มี 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) คนขายสินค้า (2) ผู้รับจ้างทำของหรือผู้ผลิต (3) ผู้รับจ้างแรงงาน และ (4) ผู้นำเข้า (ซึ่งต่างจากประเทศไทยที่ผู้นำเข้าสินค้าไม่ต้องเป็นผู้จ่ายภาษี VAT)

- อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มในจีนกำหนดไว้ 3 อัตรา ได้แก่

(1) อัตราร้อยละ 0 ในกรณีที่ใช้กับสินค้าเพื่อการส่งออก เป็นการให้สิทธิพิเศษจูงใจส่งเสริมให้มีการผลิตเพื่อการส่งออก

(2) อัตราร้อยละ 13 สำหรับสินค้าประมาณ 19 จำพวก (รวมทั้งสินค้าเกษตร และสินค้าที่ไม่มีการแปรรูป เช่น ผลไม้สด)

(3) อัตราร้อยละ 17 สำหรับสินค้าทั่วไปที่ไม่อยู่ใน 2 กลุ่มแรก (ส่วนใหญ่เป็นสินค้าแปรรูปหรือสินค้าอุตสาหกรรมการผลิต)

ดังนั้น ในกรณีของผัก-ผลไม้ของไทยในการส่งเข้าไปจำหน่ายในประเทศจีน แม้ว่าจะสามารถผ่านด่านศุลกากรไปได้โดยปลอดภาษีศุลกากรตามข้อตกลงเร่งลดภาษีศุลกากรนำเข้าผัก-ผลไม้ แต่เมื่อสินค้าไทยผ่านด่านศุลกากรแล้ว ผู้นำเข้าก็ต้องถูกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม เช่น ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 13 ในกรณีผลไม้สด (เช่น ลำไยสด) แต่ถ้าเป็นสินค้าแปรรูปก็ต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 17 (เช่น ลำไยอบแห้ง) ทั้งนี้ ผู้ผลิตภายในประเทศจีนโดยทั่วไปก็ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในลักษณะเดียวกันตามกรอบของกฎหมายดังกล่าว

อย่างไรก็ดี ยังมีกฎหมายและระเบียบปลีกย่อยอื่นๆ ที่ยังคงเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการของจีนเอง เช่น ธุรกิจในประเทศจีนที่มีขนาดเล็กมีเงินทุนต่ำกว่า 1 ล้านหยวนให้เรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในลักษณะเหมาจ่ายเพียงร้อยละ 6 ส่วนร้านค้าเล็กๆ ทั่วไปให้เรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มแบบเหมาจ่ายร้อยละ 4 เป็นต้น และในทางปฏิบัติ ผู้ผลิตในประเทศจีนอาจจะหลีกเลี่ยงการถูกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มโดยไม่ออกใบสำคัญรับเงิน แต่จะหันไปเสียภาษีเหมาร้อยละ 6 แทนซึ่งต่ำกว่าอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น

⁵ ภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีศุลกากรเป็นกฎระเบียบบริหาร ซึ่งออกโดยฝ่ายบริหาร (ไม่ใช่กฎหมายที่ออกโดยสภา) จึงทำให้ฝ่ายบริหารสามารถมีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป

บทวิเคราะห์อำนาจหน้าที่ของรัฐบาลระดับประเทศและรัฐบาลระดับมณฑล: เหมือนหรือแตกต่าง

กรณีศึกษา อำนาจหน้าที่ในการตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษหรือนิคมพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยี

(1) เขตเศรษฐกิจพิเศษและนิคมต่างๆ⁶ ที่จัดตั้งโดยรัฐบาลกลาง มีประมาณ 7 ประเภท ได้แก่

-เขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economics Zone: 经济特区) เช่น เซินเจิ้น รัฐบาลกลางจะมอบอำนาจให้คณะกรรมการบริหารเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีอำนาจที่จะออกกฎระเบียบบริหารท้องถิ่นที่ใช้ในเขตของตนได้ เช่น กฎระเบียบบริหารในการการจดทะเบียน การศุลกากร และการอนุมัติหรืออนุญาตโครงการต่างๆ ในเขตพื้นที่ของตน

-นิคมพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีระดับประเทศ (National Economic and Technological Development Zone: 国家级经济技术开发区) มีทั้งหมด 56 แห่ง

- นิคมพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ขั้นสูงระดับประเทศ (National New & Hi-Tech Industrial Development Zone: 国家级高新技术产业开发区) หรือ “นิคมเกาซิน” สังกัดกระทรวงวิทยาศาสตร์ มีรั้วรอบขอบชิด มีทั้งหมด 53 แห่งทั่วประเทศ

- นิคมสินค้าทัณฑ์บนระดับประเทศ (National Bonded Tax Zone: 国家级保税区) มีทั้งหมด 13 แห่ง สังกัดสำนักศุลกากรแห่งชาติ ซึ่งขึ้นกับสำนักนายกฯ โดยตรง มีรั้วรอบขอบชิด นิคมประเภทนี้ส่งเสริมธุรกิจการผลิตเพื่อส่งออก

- นิคมความร่วมมือเศรษฐกิจชายแดนระดับประเทศ (National Border and Economic Cooperation Zone: 国家级边境经济合作区) มีทั้งหมด 14 แห่ง สังกัดสำนักนายกฯ และอยู่ภายใต้นโยบายชายแดน

- นิคมแปรรูปเพื่อการส่งออกระดับประเทศ (National Export Processing Zone: 出口加工区) มีทั้งหมด 57 แห่ง ส่วนใหญ่จะจัดตั้งอยู่ในนิคมพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยี

- เขตส่งเสริมการท่องเที่ยวและรีสอร์ทระดับประเทศ (National Tourist and Holiday Resort: 国家级旅游度假区) มีทั้งหมด 11 แห่ง

ทั้งนี้ ในเขตหรือนิคมฯ ดังกล่าวข้างต้น ส่วนใหญ่จะมีการให้บริการแบบ One Stop Service (一条龙服务) อยู่ภายในสำนักงานเขต/นิคมฯ

⁶ นิคม (Development Zone: 开发区) เป็นเขตตามการบริหาร มีรั้วรอบขอบชิด สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี รัฐบาลกลาง จะได้รับสิทธิพิเศษภาษีส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ภาษีส่วนกลาง ได้แก่ ภาษีเงินได้นิติบุคคลและภาษีศุลกากร โดยภาษีศุลกากรจะได้รับยกเว้นทั้งหมด

(2) นิคมเศรษฐกิจประเภทต่างๆ ที่จัดตั้งโดยรัฐบาลระดับมณฑล

ในระดับท้องถิ่น รัฐบาลมณฑลสามารถจัดตั้งนิคมฯ ได้ดังนี้ 1) นิคมพัฒนา (开发区) 2) นิคมพัฒนาเศรษฐกิจ (经济开发区) และ 3) นิคมพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยี (经济技术开发区) ข้อแตกต่างที่สำคัญ คือ รัฐบาลมณฑลไม่มีสิทธิในการจัดตั้งนิคมพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ขั้นสูง (นิคมเกาซิน)

การจัดตั้งนิคมพัฒนาฯ ใน 3 ประเภทข้างต้น มีทั้งในระดับมณฑล เมือง และอำเภอ โดยการเข้าไปลงทุนของต่างชาติสามารถยื่นขออนุมัติจากหน่วยงานมณฑลได้โดยตรง ไม่ต้องผ่านการอนุมัติจากส่วนกลาง

ทั้งนี้ นิคมพัฒนาฯ ในระดับท้องถิ่นเหล่านี้จะมีชื่อมณฑล เมืองหรืออำเภอนั้นๆ นำหน้าชื่อนิคม ซึ่งในหลักการแล้ว การลงทุนในนิคมพัฒนาฯ เหล่านี้ สิทธิพิเศษที่ได้รับมีเพียง “ภาษีท้องถิ่น” เท่านั้น หากแต่จะไม่ได้ได้รับสิทธิพิเศษระดับประเทศอื่นๆ เช่น การลด “ภาษีเงินได้นิติบุคคล และภาษีศุลกากร” อย่างไรก็ดี ในทางปฏิบัติแล้ว จากการแข่งขันกันดึงดูดให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนในนิคมพัฒนาฯ ของตน บรรดานิคมพัฒนาฯ เหล่านี้มักจะรับปากว่า จะให้สิทธิพิเศษทางด้านภาษีแก่นักลงทุน โดยการเลี่ยงไปใช้วิธีการให้นักลงทุนชำระภาษีต่างๆ (เพื่อนำส่งส่วนกลาง) ไปก่อน จากนั้นแล้ว ทางนิคมพัฒนาฯ จะนำเงินงบประมาณอุดหนุนของมณฑลมาคืนภาษีดังกล่าว (refund) ให้กับนักลงทุน ซึ่งการดำเนินการเพื่อสร้างสิ่งจูงใจเช่นนี้ อาจจะมีปัญหาตามมาได้ เช่น นิคมพัฒนาฯ อาจจะคืนเงินภาษีให้ล่าช้า หรืออาจจะไม่คืนเงินเลย แต่จะเก็บไว้หักกับค่าใช้จ่ายอื่นๆ ต่อไป

ความแตกต่างระหว่างเขตเศรษฐกิจพิเศษ/นิคมพัฒนาฯ ระดับประเทศ และนิคมพัฒนาฯ ระดับท้องถิ่น

- การลงทุนของต่างชาติในเขตเศรษฐกิจพิเศษ/นิคมพัฒนาฯ ระดับประเทศ ได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีเงินได้นิติบุคคล และภาษีศุลกากร
- โดยหลักการ การลงทุนของต่างชาติในนิคมพัฒนาฯ ระดับท้องถิ่น ไม่ได้ได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลและภาษีศุลกากร หากแต่ได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีท้องถิ่นเท่านั้น

ตารางที่ 25

เปรียบเทียบนโยบายการให้สิทธิพิเศษด้านการลงทุนของเขตพัฒนาพิเศษต่างๆ ในจีน

ประเภทภาษี/อัตราภาษี (Tax/Ratio)	นิคมพัฒนาทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี (Economic and Technological Development Zones: ETDZs)	นิคมพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (Hi-Tech Industrial Development Zones: HIDZs)	นิคมสินค้าทัณฑ์บน (Bonded Area)	นิคมแปรรูปเพื่อการส่งออก (Export Processing Zones)
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ลงทุนด้านการผลิต)	บริษัทต่างชาติได้ประกอบกิจการสืบขึ้นไป ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในช่วงสองปีแรก และลดครึ่งหนึ่งในสามปีต่อมานับตั้งแต่ปีที่มีผลกำไร จากนั้น ชำระร้อยละ 15 (ปกติร้อยละ 30) และยังได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่นร้อยละ 3			
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ลงทุนด้านเทคโนโลยี)	เช่นเดียวกับกรณีแรก ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในช่วงสองปีแรก และลดครึ่งหนึ่งในสามปีต่อมานับตั้งแต่ปีที่มีผลกำไร จากนั้น ชำระร้อยละ 10 (ปกติร้อยละ 30) และยังได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่นร้อยละ 3			
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (การผลิตเพื่อส่งออก)	สำหรับบริษัทที่มีสัดส่วนการส่งออกมากกว่าร้อยละ 70 ของการผลิตในแต่ละปี ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในช่วงสองปีแรก และลดครึ่งหนึ่งในสามปีต่อมานับตั้งแต่ปีที่มีผลกำไร จากนั้น ชำระร้อยละ 10 (ปกติร้อยละ 30) และยังได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่นร้อยละ 3			
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) (อัตราปกติ)	ร้อยละ 0 สำหรับสินค้าส่งออก ร้อยละ 13 สำหรับการผลิตสินค้าที่ได้รับลดหย่อนจำนวน 19 ประเภท (เกษตรกรรม เป็นต้น) ร้อยละ 17 สำหรับการผลิตสินค้าทั่วไป			
ภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) (สำหรับอุปกรณ์และชิ้นส่วนอะไหล่ที่ นำมาใช้เอง)	สำหรับอุตสาหกรรมที่จัดอยู่ในข่ายที่ได้รับการส่งเสริม* ได้รับการยกเว้นภาษี		ได้รับการยกเว้นภาษี	
ภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) (สำหรับเครื่องใช้ในสำนักงาน)	ไม่ได้รับยกเว้นภาษี		ได้รับการยกเว้นภาษี	
ภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) (สำหรับวัตถุดิบและชิ้นส่วน)	ได้รับการยกเว้นภาษี เฉพาะกรณีนำเข้าเพื่อการผลิตสำหรับส่งออกเท่านั้น		ได้รับการยกเว้นภาษี	
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) (กรณีนำเข้าสินค้า สำเร็จรูปที่ผลิตโดยวัตถุดิบปลอดภาษี ไป จำหน่ายภายในประเทศ)	สินค้าสำเร็จรูปที่จำหน่ายในประเทศ ต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม		วัตถุดิบและชิ้นส่วนที่นำเข้าเท่านั้น ที่ต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม	สินค้าสำเร็จรูปที่ จำหน่ายในประเทศ ต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม

ประเภทภาษี/อัตราภาษี (Tax/Ratio)	นิคมพัฒนาทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี (Economic and Technological Development Zones: ET DzS)	นิคมพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (Hi-Tech Industrial Development Zones: HIDZS)	นิคมสินค้าทัณฑ์บน (Bonded Area)	นิคมแปรรูปเพื่อการส่งออก (Export Processing Zones)
การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มสินค้าสำเร็จรูป ที่ผลิตจากวัตถุดิบภายในประเทศ	คืนภาษีเมื่อขนส่งสินค้าออกจากประเทศจีน			คืนภาษีทันทีเมื่อนำวัตถุดิบ ภายในประเทศเข้าเขตฯ
การกำหนดอัตราส่วนระหว่างการส่งออกและ การจำหน่ายภายในประเทศ	กำหนดโดยผู้ลงทุนตามระยะเวลาที่บริษัทต้องดำเนินการตามแนวปฏิบัติทางอุตสาหกรรมของประเทศจีน และ ไม่รวมอยู่ในกลุ่มที่ต้องขอหนังสืออนุญาตการส่งออกและการบริหารโควตา	ไม่มีข้อบังคับ	โดยปกติ แต่ละเขตฯ จะมีข้อกำหนด แตกต่างกันไป**	
การวางเงินประกัน (สำหรับบริษัทที่นำเข้า เพื่อการผลิตและส่งออก)	การจัดแบ่งประเภทของบริษัทออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ประเภท A, B, C และ D		ไม่ได้นำมาใช้	
ภาษีอสังหาริมทรัพย์	ได้รับการยกเว้นภาษีเป็นระยะเวลาสามปี ส่วนบริษัทด้านเทคโนโลยี ได้รับการยกเว้นภาษีเป็นระยะเวลาห้าปี หลังจากนั้น เรียกเก็บร้อยละ 1.2 ต่อปี		บริษัทด้านเทคโนโลยี ได้รับการ ยกเว้นภาษีเป็นระยะเวลาห้าปี หลังจากนั้น เรียกเก็บร้อยละ 1.2 ต่อปี	ได้รับการยกเว้นภาษีเป็นระยะเวลา สามปี ส่วนบริษัทด้านเทคโนโลยี ได้รับ การยกเว้นภาษีเป็นระยะเวลาห้าปี
สิทธิประโยชน์ทางภาษี สำหรับการลงทุนจากกำไรสุทธิ	บริษัทที่นำกำไรสุทธิมาลงทุนซ้ำในกิจการเดิมหรือกิจการใหม่ จะได้รับเงินคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 40 ของส่วนกำไรสุทธิจากการลงทุนในระยะเวลาห้าปี และร้อยละ ละ 100 จากการลงทุนมากกว่าสิบปีขึ้นไป			

ที่มา: Charles Chaw, ed., "Setting up a Business and Related Issues," *China Business Guide*, 3rd ed. (Singapore: China Knowledge Press, 2005) p. 177; และสัมภาษณ์ วิทยุ ตั้งกิตติภา
กรณ์, ประธานกรรมการบริษัท ที่ปรึกษากฎหมายฟาร์อีสต์ จำกัด และที่ปรึกษาโครงการศึกษาฯ, 21 กรกฎาคม 2549.

หมายเหตุ: ข้อมูลในตารางเป็นข้อมูลที่ได้จากเขตพัฒนาของนครกว่างโจว (Guangzhou Development District)

- * ประเทศจีนได้จัดประเภทอุตสาหกรรมตามการลงทุนออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) อุตสาหกรรมที่ส่งเสริม (2) อุตสาหกรรมที่จำกัด และ (3) อุตสาหกรรมที่ห้าม
ประกอบการ นอกจากนี้ ยังมีอุตสาหกรรมอีกหนึ่งประเภท คือ อุตสาหกรรมทั่วไปที่ไม่เข้าข่าย 3 อุตสาหกรรมดังกล่าวข้างต้น
- ** ตัวอย่างเช่น เขตการค้าเสรีไวกาเฉียวในมหานครเซี่ยงไฮ้ (Shanghai Waigaoqiao Free Trade Zone) กำหนดให้บริษัทผลิตเพื่อส่งออกสินค้าในอัตราส่วน 100%
ขณะที่เขตการค้าเสรีนครกว่างโจว (Guangzhou Free Trade Zone) กำหนดอัตราส่วนดังกล่าวอยู่ที่ 70%

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11: ระดับประเทศและระดับมณฑล

ในระหว่างวันที่ 5-14 มีนาคม 2006 ที่ผ่านมา ประเทศจีนได้จัดประชุมสภาผู้แทนประชาชนแห่งชาติ (National People Congress: NPC) ที่กรุงเป่ย์จิง ซึ่งแม้ว่าจะเป็นการประชุม NPC ประจำปี ปี่ละครั้ง แต่ในปีนี้มีวาระที่สำคัญยิ่งประการหนึ่ง คือ การประกาศแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (The 11th Five-Year Plan for National Economic and Social Development) ซึ่งแผนฯ 11 นี้ จะเป็นเสมือน “พิมพ์เขียว” (roadmap) ในการพัฒนาประเทศจีนต่อไปเป็นระยะเวลานาน 5 ปี (2006-2010)

สำหรับเนื้อหาของแผนพัฒนาฯ ฉบับ 11 ล่าสุด ได้มีการเน้นใน 2 ประเด็นหลัก คือ

- (1) การสร้างให้จีนเป็นสังคมกลมกลืนและปรองดอง
- (2) การเน้นการพัฒนาอย่างเป็นวิทยาศาสตร์

นอกจากนี้ ยังได้มีการประกาศ **ยุทธศาสตร์** และเป้าหมายหลัก ของแผนพัฒนาฯ ฉบับ 11 ดังนี้

ยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างสรรค์สังคมนิยมที่ทันสมัย

1. ยุทธศาสตร์สร้างสรรค์สังคมนิยมชุมชนเกษตรที่ทันสมัย
2. ยุทธศาสตร์พัฒนาสังคมเศรษฐกิจของเมืองและชนบทอย่างบูรณาการ
3. ยุทธศาสตร์ปรับโครงสร้างการผลิตและเปลี่ยนรูปแบบการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ด้วยพลังสร้างสรรค์ของตนเอง

4. ยุทธศาสตร์ผลักดันนโยบายการพัฒนาภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ
5. ยุทธศาสตร์พัฒนาเขตเมืองในระดับต่างๆ ให้เป็นไปอย่างสมดุล
6. ยุทธศาสตร์เร่งสร้างสรรค์รูปแบบการประหยัดทรัพยากร และสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและรักษาระบบนิเวศน์บรรลุผลอย่างแท้จริง

เป้าหมายหลักของการพัฒนาตามแผนฯ 11 อาทิ

- ผลผลิตมวลรวมเพิ่มขึ้นประมาณ 8 % นั่นคือ ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศในปี 2010 อยู่ที่ 2.3 ล้านล้านเหรียญ สรอ.

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วง (2006-2010) จะรักษาระดับอยู่ที่ 8%

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วง (2010-2020) จะรักษาระดับอยู่ที่ 7%

- อัตราการใช้พลังงานลดลงประมาณ 4%
- ระดับราคาสินค้าเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยไม่เกิน 3%
- ดุลการชำระเงินระหว่างประเทศสมดุล

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของจีน ฉบับที่ 11: ระดับมณฑล

หลังจากที่ได้มีการตกลงในหลักการตามแผนฯ ฉบับที่ 11 ระดับประเทศแล้ว แต่ละมณฑล/มหานคร/เขตปกครองตนเองของจีนก็จะมีการประกาศแผนฯ ฉบับที่ 11 ของแต่ละพื้นที่ของตนเองด้วย ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของจีน ฉบับที่ 11 ของแต่ละมณฑล จะเป็นแผนแม่บทประจำมณฑลที่รัฐบาลและเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลท้องถิ่นในระดับต่างๆ ต้องยึดเป็นแนวทางปฏิบัติต่อไป

สำหรับแผนฯ 11 ในระดับมณฑลของจีนที่สำคัญ พอจะสรุปได้ดังนี้

1) มหานครเป่ย์จิง มีเป้าหมายหลักตามแผนฯ 11 คือ การเพิ่มอัตราการเติบโตของระดับรายได้ของประชาชนทั้งในเขตเมืองและชนบทให้ได้มากกว่าร้อยละ 6 ต่อปี และการลดอัตราการว่างงานในเมืองไม่ให้เกินร้อยละ 3.5 ที่สำคัญ ในแผนฯ ฉบับนี้ รัฐบาลเป่ย์จิงได้เน้นด้านการเตรียมความพร้อมในการเป็นเจ้าภาพจัดงานโอลิมปิกเกมส์ ปี 2008 ในด้านต่างๆ ทั้งด้านขนส่ง/โลจิสติกส์ และการจัดการด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

2) มหานครเซี่ยงไฮ้ รัฐบาลเซี่ยงไฮ้มีเป้าหมายเน้นการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การเงิน การค้า และการเป็นศูนย์กลางขนส่งและชิปปิ้งระดับโลก พร้อมตั้งเป้าอัตราการเติบโตของ GDP เป็นร้อยละ 9 ต่อปี และจะคงระดับอัตราการว่างงานไว้เฉลี่ยร้อยละ 4.5 นอกจากนี้ จะเพิ่มงบประมาณด้านงานวิจัยและพัฒนา จากร้อยละ 2.3 ในปี 2005 เป็นร้อยละ 2.8 ต่อ GDP และการเตรียมความพร้อมในการเป็นเจ้าภาพจัดงาน World Expo ปี 2010

3) มหานครเทียนจิน ด้วยทำเลที่ตั้งติดทะเลทางตอนเหนือของจีน รัฐบาลเทียนจินมีเป้าหมายในการพัฒนาท่าเรือของตนให้เป็นท่าเรือระหว่างประเทศที่ทันสมัยและเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจสำคัญของจีนตอนเหนือ โดยจะกระตุ้นการพัฒนาพื้นที่ในเขตใหม่ปิ่นไห่ และตั้งเป้าอัตราการเติบโตของ GDP ให้ได้ร้อยละ 12 ต่อปี (ค่อนข้างสูงมาก และสูงกว่ามณฑลอื่นๆ) โดยจะลดอัตราการว่างงานในเมืองไม่ให้เกินร้อยละ 4 นอกจากนี้ ยังจะจัดสรรงบประมาณด้านงานวิจัยและพัฒนา เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 ต่อ GDP และจะเพิ่มอัตราการเติบโตของระดับรายได้ของประชาชนทั้งในเขตเมืองและชนบทให้มากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี

4) มหานครฉงชิ่ง ซึ่งเป็นมหานครน้องใหม่ของจีน ได้ตั้งเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในบริเวณพื้นที่ตอนบนของแม่น้ำฉางเจียง (แยงซีเกียง) โดยจะกระตุ้นการพัฒนาอย่างร่วมมือกันระหว่างพื้นที่ในเขตเมืองและชนบท เพื่อกระตุ้นอัตราการเติบโตของ GDP ให้ถึงร้อยละ 10 ต่อปี และจะจัดสรรงบประมาณด้านงานวิจัยและพัฒนา เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 ต่อ GDP

5) มณฑลกวางตุ้ง รัฐบาลกวางตุ้งได้ระบุในแผน 11 ของมณฑลว่า จะเน้นการพัฒนาด้านนวัตกรรม การปฏิรูปในเชิงลึก และการอนุรักษ์พลังงาน พร้อมการประยุกต์ใช้โมเดล

การพัฒนาเศรษฐกิจแนวทางใหม่ โดยได้ตั้งเป้าหมายอัตราการเติบโตของ GDP ให้เหลือร้อยละ 9 ต่อปี (ลดลงจากร้อยละ 13 ในช่วงห้าปีที่ผ่านมา) การพัฒนาความเป็นเมืองให้เหลือร้อยละ 65 ภายในปี 2010 และการลดอัตราการว่างงานในเมืองให้เหลือร้อยละ 3.8 พร้อมกันนี้ รัฐบาลกว้างตงยังต้องการที่จะเพิ่มอัตราการเติบโตของรายได้ของประชาชนทั้งในเขตเมืองให้เหลือร้อยละ 5.5 และในเขตชนบทร้อยละ 6 ต่อปี ที่สำคัญ คือ การส่งเสริมความร่วมมือกับฮ่องกงและมาเก๊าภายใต้ความตกลงว่าด้วยการเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดระหว่างจีน-ฮ่องกง (Mainland and Hong Kong Closer Economic Partnership Arrangement: CEPA)

6) มณฑลฝูเจี้ยน ได้ระบุในแผนฯ 11 ของมณฑล โดยต้องการกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจทางฝั่งตะวันตกของช่องแคบไต้หวัน และส่งเสริมความร่วมมือกันกับพื้นที่ในเขตเศรษฐกิจแม่น้ำฉางเจียง เขตเศรษฐกิจแม่น้ำจูเจียง รวมทั้งไต้หวัน ฮ่องกง และมาเก๊า นอกจากนี้ จะลดสัดส่วนการบริโภคพลังงานต่อ GDP ให้ต่ำกว่าสัดส่วนการบริโภคทั้งประเทศ พร้อมตั้งเป้าอัตราการเติบโตของ GDP ให้เหลือร้อยละ 9 ต่อปี

7) มณฑลเหลียวหนิง ซึ่งเป็นศูนย์กลางการพัฒนาของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน (จีนอีสาน) รัฐบาลเหลียวหนิง มีเป้าหมายในแผนฯ 11 ของมณฑลในการปรับปรุงและพัฒนาฐานอุตสาหกรรมเก่าให้กลายเป็นอุตสาหกรรมสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจของมณฑล และตั้งเป้าอัตราการเติบโตของ GDP ให้เหลือร้อยละ 11 ต่อปี พร้อมลดอัตราการว่างงานในเมืองไม่ให้เกินร้อยละ 5 และจะรักษาระดับอัตราการเติบโตของรายได้ของประชาชนให้สูงกว่าอัตราเฉลี่ยของทั้งประเทศ

8) เขตปกครองตนเองชนชาติจ้วงกวางซี ได้ระบุในแผนฯ 11 ว่า ในช่วง 5 ปีจากนี้ รัฐบาลกว้างซีจะเน้นการกระตุ้นการพัฒนาภาคการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการจัดงานแสดงสินค้า เนื่องจากกว้างซีได้รับเป็นเจ้าภาพจัดงานแสดงสินค้า China-ASEAN Expo เป็นประจำทุกปี และตั้งเป้าอัตราการเติบโตของ GDP ให้ได้มากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี โดยจะเพิ่มระดับรายได้ของประชาชนทั้งในเขตเมืองให้เหลือร้อยละ 6 และในเขตชนบทร้อยละ 5 ต่อปี

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นเพียงตัวอย่างแนวทางกว้างๆ ในการพัฒนาภายใต้แผนฯ 11 ของแต่ละมณฑล ซึ่งพบว่า แต่ละมณฑลยังคงมีเป้าหมายหลักในการผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของมณฑลของตนต่อไป พร้อมกับลด/จัดปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาว่างงาน หรือปัญหาขาดแคลนพลังงาน เป็นต้น ในด้านเจตนารมณ์ของแผนฯ ฉบับ 11 ของจีน จะสังเกตได้ว่า ผู้นำและรัฐบาลจีนได้พยายามปรับแนวคิดการพัฒนาประเทศ เปลี่ยนจากการพัฒนาเชิงปริมาณมาเป็น “การพัฒนาเชิงคุณภาพ” ซึ่งหากปฏิบัติได้จริงตามที่มิได้มีเป้าหมายไว้ ก็จะเป็นประโยชน์ทั้งต่อประเทศจีนและประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเช่นกัน

บทวิเคราะห์แผนฯ 11 ของจีนและนัยต่อไทย

จากการศึกษาเนื้อหาสาระของแผนฯ 11 ของจีนและแผนฯ 11 มณฑลจีน สามารถวิเคราะห์นัยสำคัญที่มีต่อประเทศไทย ทั้งด้านที่จะเอื้อประโยชน์และด้านที่จะต้องพึงระวัง ดังนี้

- ในด้านนโยบายการติดต่อสัมพันธ์กับต่างประเทศ รัฐบาลจีนชุดนี้ มีนโยบายให้ “ชายแดนเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก” และให้ความสำคัญกับ “ประเทศกำลังพัฒนาในฐานะพื้นฐาน” ประกอบกับนโยบายการเป็นเพื่อนบ้านที่ดี สะท้อนให้เห็นว่า ไทยและประเทศอาเซียนอื่นๆ ได้รับการจัดลำดับความสำคัญในอันดับต้นสำหรับคณะผู้นำจีนชุดนี้

- ด้านนโยบายการเพิ่มขอบเขตการเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ รัฐบาลจีนประกาศชัดเจนว่า จะผลักดันการเจรจาการค้าเสรีในภูมิภาคให้ดำเนินไปอย่างมีขั้นตอน และแยกแยะระดับความสำคัญของปัญหาอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะกรอบข้อตกลง ASEAN-China FTA นับเป็นความร่วมมือในภูมิภาคที่รัฐบาลจีนให้ความสำคัญมาก

- นอกจากนี้ การประกาศขยายและเพิ่มความร่วมมือกับต่างประเทศในด้านการศึกษาและค้นคว้าวิจัยมากขึ้น มีนัยสะท้อนโอกาสที่จะมีการร่วมมือ/แลกเปลี่ยนระหว่างสถาบันการศึกษาและนักวิชาการไทย-จีนมากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมา ยังมีการร่วมมือและแลกเปลี่ยนระหว่างกันไม่มากนัก เพราะนักวิชาการจีนขาดแคลนงบประมาณในการเดินทางมาศึกษาวิจัยในประเทศไทย เป็นต้น

- อย่างไรก็ดี การที่รัฐบาลจีนจะให้ความสำคัญกับภาคเกษตรของตนมากขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรจีนที่มีจำนวนมากกว่า 800 ล้านคนและเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ และจากการประกาศนโยบายแก้ปัญหา “สามเกษตร” (San Nong) เป็นวาระแห่งชาติ มีนัยที่จะสะท้อนว่า ภาคเกษตรจะเป็นสาขาที่รัฐบาลจีนจะให้การคุ้มครองและปกป้องมากขึ้น ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อไปถึงการลดการนำเข้าสินค้าเกษตรจากต่างประเทศ หรือเพิ่มมาตรการกีดกันการนำเข้าสินค้าเกษตรทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อปกป้องเกษตรกรชาวจีน สำหรับไทยในฐานะประเทศผู้ส่งออกสินค้าเกษตรก็อาจจะถูกกระทบจากนโยบายดังกล่าวได้ เช่น สินค้าเกษตรไทยที่จะส่งออกไปตลาดจีน เป็นต้น

- รัฐบาลจีนประกาศจะลดสัดส่วนการพึ่งพาภาคต่างประเทศลง⁷ โดยจะหันมาเพิ่มขยายด้านอุปสงค์และอุปทานภายในประเทศ เพื่อให้มีการพึ่งพาภายในประเทศให้มากขึ้น ซึ่งสะท้อนว่าอาจจะมีการนำมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาลดอัตราการค้าพึ่งพาสินค้านำเข้าบางอย่างจากประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป เช่น ลดการนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบบางอย่างที่จีนต้องนำเข้าไทยเป็นจำนวนมาก โดยหันไปกระจายการนำเข้าจากแหล่งอื่นๆ ด้วย

- ด้านการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก รัฐบาลจีนจะส่งเสริมการผลิตและส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาตราสินค้า การผลิตสินค้าที่มีการจด IP และการยกระดับขึ้น

⁷ จากรายงานของ ในปี 2005 จีนมีอัตราพึ่งพาภาคต่างประเทศถึงร้อยละ 55.8 ของ GDP

เป็นสินค้า hi-end ย่อมจะสะท้อนให้เห็นว่า ในอนาคต การแข่งขันระหว่างสินค้าไทยและสินค้าจีนในตลาดโลก จะไม่ได้มีเพียงการแข่งขันด้านสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นในการผลิตเท่านั้น หากแต่จะมีการแข่งขันในสินค้านี้ระดับ hi-end เหล่านี้ด้วย ผู้ประกอบการไทยจึงจำเป็นต้องตื่นตัวและพัฒนาปรับปรุงเพื่อความอยู่รอดหรือรักษาตลาดของตนให้ได้

- ด้านการส่งเสริมการออกไปลงทุนในต่างประเทศ (outward FDI) โดยการสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เอกชนและวิสาหกิจจีนออกไปแข่งขันในเวทีเศรษฐกิจระหว่างประเทศได้ และจะใช้กรอบความร่วมมือ เช่น FTA ต่างๆ ในการเป็นปัจจัยสนับสนุนบริษัทจีนที่มีความพร้อม “ก้าวออกไป” ใช้ตลาดและทุนในต่างประเทศ จึงสะท้อนให้เห็นว่า ไทยกำลังจะมีคู่แข่งที่น่ากลัวมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ไทยเองสามารถที่จะ “เปลี่ยนคู่แข่งให้เป็นพันธมิตร” โดยการชักชวนนักธุรกิจจีนเหล่านี้ให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย เป็นต้น

4. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ⁸

บทวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคด้านการค้ากับมณฑลจีน

ลักษณะสำคัญของปัญหาและอุปสรรคในการติดต่อค้าขายกับมณฑลจีน สรุปได้ดังนี้

(1) ปัญหาเชิงโครงสร้างของตลาดจีน เช่น

- จุดอ่อนด้านการบริหารจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ แม้จะมีการพัฒนาในเชิงกายภาพ หากแต่ระบบขนส่งและโลจิสติกส์เชื่อมโยงหรือกระจายสินค้าระหว่างมณฑลยังไม่ลื่นไหลเท่าที่ควร

- ความเป็นท้องถิ่นนิยม / ชาตินิยม

(2) ปัญหาด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า

เนื่องจากช่องทางการจำหน่ายของสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศยังมีไม่มาก และควบคุมโดยทุนท้องถิ่น หรือควบคุมโดยผู้นำเข้าขนาดใหญ่ที่มีอำนาจต่อรองสูง

(3) ด้านอุปสรรคการค้าในการนำเข้า

ในการเข้าสู่ตลาดจีน มีอุปสรรคทางการค้าในหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี (non-tariff barriers: NTBs) เช่น มาตรการปกป้องผู้ผลิตชาวจีน มาตรการด้านมาตรฐาน การตรวจสอบสินค้า และขั้นตอนด้านศุลกากร เป็นต้น

(4) ด้านกฎระเบียบ

มีกฎระเบียบในหลายระดับ ทั้งระดับประเทศ ระดับมณฑลและระดับท้องถิ่น ทำให้ต้องผ่านขั้นตอนมาก และส่วนใหญ่มุ่งเพื่อปกป้องผู้ประกอบการจีน เช่น

⁸ รายละเอียดอยู่ในรายงานฉบับเต็ม อ้างแล้วในเชิงอรรถ 1

กรณีการนำเข้ายางพารา รัฐบาลจีนเก็บภาษีศุลกากรในการนำเข้ายางธรรมชาติ ในอัตรา ร้อยละ 20 และภายใต้กรอบข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน รัฐบาลจีนยังได้จัดให้ยางธรรมชาติอยู่ในสินค้าประเภทสินค้าอ่อนไหวสูง (highly sensitive) สะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าจีนจะมีความต้องการยางพาราเป็นปริมาณมาก รัฐบาลจีนก็ยังต้องการให้ยางพาราเป็นสินค้าอ่อนไหวสูง เพื่อปกป้องเกษตรกรจีนที่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้อง เช่น ชาวสวนในไห่หนาน และหยุนหนาน เป็นต้น

กรณีการนำเข้าผลไม้ไทย แม้ว่าผลไม้ไทยที่ส่งออกไปจีนจึงไม่มีการเก็บภาษีศุลกากร (ลดเหลือศูนย์) หากแต่รัฐบาลจีนมีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งมีกฎระเบียบด้านสุขอนามัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ผลไม้ไทยที่จะส่งออกไปตลาดจีนได้ จะต้องมีการประกาศโดยสำนักงาน AQSIQ ซึ่งที่ผ่านมาได้ประกาศบัญชีรายชื่อผลไม้จากต่างประเทศ (ไทย) ที่จีนอนุญาตให้นำเข้าในบางชนิด เช่น ทุเรียน ลำไย มังคุด กัลล้วย ลิ้นจี่ มะพร้าว มะละกอ มะเฟือง มะม่วง ฝรั่ง ชมพู เงาะ สับปะรด ละครุด เสาวรส น้อยหน่า มะขาม ขนุน สละ ลองกอง ส้มเขียวหวาน ส้ม ส้มโอ

(5) ด้านคู่แข่ง

นอกจากสินค้าไทยจะต้องแข่งขันกับสินค้าของจีนที่ผลิตโดยชาวจีนท้องถิ่นซึ่งมีราคาถูกกว่ากันมากแล้ว สินค้าไทยยังต้องแข่งขันกับสินค้าที่จีนนำเข้าจากประเทศอื่นๆ เช่น ด้านผลไม้ จีนได้ลงนามกับไต้หวันเพื่อเปิดให้มีการนำเข้าผลไม้จากไต้หวันในอัตราภาษีศูนย์เช่นกัน หรือ การแข่งขันกับสินค้าหลายรายการจากเวียดนาม เช่น ข้าว หรือผลไม้เมืองร้อนในหลายรายการ เช่น ลำไย ตลอดจนการแข่งขันกับสินค้าจากประเทศอาเซียนอื่น เช่น ยางพาราจากมาเลเซีย และอินโดนีเซีย เป็นต้น

(6) ปัญหาของตัวสินค้า

จากการสัมภาษณ์คนจีนที่เป็นประชาชนทั่วไป หลายคนมีทัศนะว่าสินค้านำเข้าจากไทยส่วนใหญ่จะมีราคาแพง และไม่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นลักษณะเฉพาะมากพอ ที่สำคัญ จีนเองก็สามารถผลิตสินค้าเกือบทุกอย่างได้ไม่แตกต่างจากไทย และมีราคาถูกกว่า

(7) ปัญหาของผู้ประกอบการไทย

ผู้ประกอบการไทยยังไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับตลาดจีนมากนัก ประกอบกับหลายราย มักจะด่วนสรุป ไม่ระมัดระวังในการติดต่อค้าขายและลงทุนกับประเทศจีน หรือ เชื่อใจโดยง่ายในการติดต่อกับพ่อค้า/ผู้ประกอบการจีน

ดังนั้น แม้ว่าผลการศึกษาในหัวข้อที่ 1 และ 2 ได้สะท้อนถึง โอกาสและศักยภาพของมณฑล/เมืองสำคัญของจีนในการเป็นตลาดของสินค้าไทยและเป็นแหล่งในการจัดซื้อจัดหาสินค้านำเข้าของไทย อย่างไรก็ดี ในขณะนี้ การค้าระหว่างไทยกับหลายมณฑลของจีน ยังมีปริมาณไม่มากนัก และยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าศักยภาพที่มีอยู่ ที่สำคัญ ในทางปฏิบัติแล้ว ในการติดต่อค้าขายระหว่างไทย-มณฑลจีนยังคงมีปัญหาและอุปสรรคต่างๆ นานัปการ

บทวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการลงทุนในมณฑลจีน

ปัญหาในการเข้าไปลงทุนในมณฑลจีน สาเหตุสำคัญประการหนึ่งเกิดจากระบบวัฒนธรรมทางธุรกิจของจีน เนื่องจากแม้ว่าในปัจจุบันประเทศจีนได้มีการพัฒนาระบบกฎหมายที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น หากแต่ยังคงมีปัญหาในด้านการบังคับใช้กฎหมายที่ยังมีข้อบกพร่องอีกไม่น้อย ประกอบกับการขยายตัวเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้คนต่างต้องแข่งขันกันทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอด ยิ่งทำให้นักธุรกิจในประเทศจีนต้องทำธุรกิจแบบพึ่งพิงระบบสายสัมพันธ์ (guanxi) การใช้เส้นสาย เพื่อเป็นช่องทางให้มีการแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจ รวมทั้งการเป็นช่องทางทุจริตของเจ้าหน้าที่รัฐบาลได้ง่าย ที่ผ่านมามีธุรกิจไทยหลายรายที่ไม่สามารถแข่งขันในประเทศจีนได้ เพราะไม่มีแรงหนุนเหล่านี้ ไม่มี “สายสัมพันธ์” กับเจ้าหน้าที่และทางการจีนเป็นพื้นฐาน และไม่มีสายป่านที่ยาวพอ ทำให้ต้องถูกกลืนแกล้ง และในที่สุดต้องเลิกกิจการไป

ทั้งนี้ การสร้างสายสัมพันธ์เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นการดำเนินการโดยยึดตัวบุคคลและความสัมพันธ์ส่วนบุคคล จึงไม่มีความแน่นอนและยึดถือไม่ได้ โดยเฉพาะในกรณีที่ต้องการสร้างความร่วมมือและเชื่อมโยงกันทางเศรษฐกิจในระยะยาว

นอกเหนือจากประเด็นด้านระบบวัฒนธรรมทางธุรกิจและระบบสายสัมพันธ์แล้ว ยังมีปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ ที่ทำให้นักลงทุนมากมายที่เข้าไปในตลาดจีนแต่ต้องประสบความล้มเหลวกลับมา เช่น กฎและระบบราชการของจีน ยังขาดความโปร่งใส กฎระเบียบที่กำหนดโดยหน่วยงานกำกับดูแลในระดับประเทศและระดับท้องถิ่นอาจจะแตกต่างกัน ปัญหาการฉ้อโกงของรัฐบาลจีนที่ยังเอื้อประโยชน์ให้กับนักลงทุนในท้องถิ่นมากกว่าชาวต่างชาติ ปัญหาการคอร์รัปชัน ปัญหาการถือโกง การฉ้อฉลทางธุรกิจ ปัญหาหุ้นส่วนชาวจีน เช่น การขาดความจริงจังในการลงทุน ตั้งใจดูดซับเงินทุนและเทคโนโลยีของผู้ลงทุนต่างชาติ ปัญหาการลอกเลียนแบบสินค้า และปัญหาเชิงจริยธรรมอื่นๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ยุทธศาสตร์ Rise with the Dragon: เติบโตไปกับมังกรจีน

จากผลการศึกษาทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า ประเทศจีนกำลังก้าวกระโดดขึ้นเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก และคงจะยากที่ประเทศไทยจะไปแข่งขันกับประเทศยักษ์ใหญ่ออย่างจีน ในขณะเดียวกัน แม้ว่าไทยจะมีโอกาสและมีข้อได้เปรียบในด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับจีนเมื่อเปรียบเทียบกับหลายๆ ประเทศในภูมิภาค หากแต่ในขณะนี้ การติดต่อทางเศรษฐกิจกับจีน ทั้งด้านการค้า การลงทุน ยังคงประสบกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ

ดังนั้น ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ในการลดหรือขจัดปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ และเสริมสร้างการค้าและการลงทุนกับจีน โดยเฉพาะการเน้นความสัมพันธ์กับ

จีนในระดับมณฑล เพื่อให้ไทยสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการเติบโตของจีน มีข้อเสนอแนะบันได 7 ขั้น ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1) ผลักดันแนวคิด “Follow up and Get it Done”
- ขั้นตอนที่ 2) ผลักดันแนวคิด “Act Together, Get Together”
- ขั้นตอนที่ 3) ผลักดันแนวคิด “Know Yourself before Flying with the Dragon”
- ขั้นตอนที่ 4) ผลักดันแนวคิด “Share for Our Future” ร่วมมือกับภาคเอกชน
- ขั้นตอนที่ 5) ผลักดัน “ยุทธศาสตร์ Rise with the Dragon: เติบโตไปกับมังกรจีน”
- ขั้นตอนที่ 6) ผลักดันแนวคิดร่วมมือกับมณฑลจีน เพื่อ “Dance with the Dragon”
- ขั้นตอนที่ 7) ผลักดันแนวคิด “Sourcing and Linking to the Global Market”

สำหรับรายละเอียดของการปฏิบัติในแต่ละขั้นตอนมีดังนี้

1) ผลักดันแนวคิด “Follow up and Get it Done”

โดยการศึกษาทบทวน (stock taking) ความตกลง/ความร่วมมือระหว่างไทย-จีนที่มีอยู่แล้ว⁹ มีอะไรบ้าง หน่วยงานใดเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ โดยเฉพาะความตกลง/ความร่วมมือกับมณฑลจีน มีอะไรบ้าง มีขอบเขตอำนาจหน้าที่อะไร แคไหน อย่างไร และมีปัญหาอะไรบ้างในการนำข้อตกลง/ความร่วมมือ เหล่านั้นมาใช้เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้จริง เช่น

- รวบรวมและวิเคราะห์ความตกลงในลักษณะ “บ้านพี่เมืองน้อง” ระหว่างจังหวัดของ ไทย-มณฑลของจีน¹⁰ และประเมินผลงานที่ผ่านมา

⁹ ในปัจจุบัน รัฐบาลไทยและรัฐบาลจีนได้มีความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างกันอยู่แล้วเป็นจำนวนมากไม่น้อย หากแต่ยังไม่ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยเฉพาะความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ ไทย-จีนมีอยู่แล้วค่อนข้างมากในเชิงปริมาณ หากแต่ขาดความเข้มข้นและความจริงจังในการปฏิบัติตามกรอบความร่วมมือเหล่านั้น ไม่ได้มีการติดตามผลหรือประเมินผลการดำเนินการตามนโยบายที่ได้ตกลงร่วมกันอย่างจริงจัง นอกจากนี้ ความร่วมมือทางเศรษฐกิจไทย-จีนในเวทีเศรษฐกิจการค้าโลกในระดับต่างๆ ทั้งระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับอนุภูมิภาค ส่วนใหญ่เป็นความร่วมมือแบบหลวมๆ ไม่ได้มีผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมมากนัก

¹⁰ ไทยมีความร่วมมือในลักษณะ “บ้านพี่เมืองน้อง” กับหลายเมืองและหลายมณฑลของจีน โดยมีเป้าหมายเพื่อร่วมมือและการจัดกิจกรรมในระดับท้องถิ่นระหว่างกัน และเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์และกระชับความเข้าใจระหว่างประชาชนของทั้งสองเมือง เช่น 1. จังหวัดเชียงใหม่กับนครคุนหมิง มณฑลยูนหนาน 2. จังหวัดเชียงรายกับมณฑลยูนหนาน 3. จังหวัดอุบลราชธานีกับนครเฉิงตู มณฑลซื่อชวน 4. จังหวัดสุราษฎร์ธานีกับนครหนานหนิง เขตปกครองตนเองกว่างซี 5. จังหวัดขอนแก่นกับนครหนานหนิง เขตปกครองตนเองกว่างซี 6. จังหวัดตากกับเมืองเต๋อหง มณฑลยูน

- ศึกษารวบรวมว่า มีข้อตกลงระดับประเทศด้านเศรษฐกิจระหว่างไทย-จีนที่มีการลงนามแล้วอะไรบ้าง¹¹ และควรที่จะศึกษา/ประเมินเป้าหมายที่เคยประกาศไว้ จะทำอะไร เมื่อไร และอย่างไร

- นอกจากข้อตกลงภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงเศรษฐกิจแล้ว ยังมีข้อตกลงไทย-จีนอีกบางส่วนที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงการต่างประเทศ เช่น “แถลงการณ์ร่วมว่าด้วยความร่วมมือในศตวรรษที่ 21” ระหว่างไทย-จีน ที่กรุงเทพฯ ในปี 1999 และข้อตกลงจัดตั้ง “คณะทำงานไทย-หยุนหนาน”¹²

- ข้อตกลงหรือการลงนามในความร่วมมือในรูปแบบอื่นๆ ที่ลงนามโดยหน่วยงานต่างๆ เช่น กระทรวงเกษตรฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หรือสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของไทย (BOI) ซึ่งได้ไปลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) กับสำนักงานส่งเสริม

หนาน 7. กรุงเทพมหานครกับกรุงเป่ย์จิง (26 พฤษภาคม 1993) 8. กรุงเทพมหานครกับเมืองช่านโถว มณฑลกว่างตง 9. จังหวัดเชียงใหม่กับมณฑลชางไห่ 10. จังหวัดชลบุรีกับมณฑลเหอหนาน 11. จังหวัดเพชรบุรีกับเมืองหลู่เต่า มณฑลเหลียวหนิง 12. จังหวัดภูเก็ตกับเมืองเยียนไถ มณฑลซานตง 13. จังหวัดภูเก็ตกับมณฑลไห่หนาน 14. จังหวัดพิษณุโลกกับมณฑลเจ้อเจียง 15. จังหวัดสุโขทัยกับนครซีอาน มณฑลส่านซี ทั้งหมดนี้ นับเป็นกลไกและช่องทางสำคัญในการขยายความร่วมมือกับจีนในระดับมณฑลให้มากขึ้น

¹¹ เช่น “คณะกรรมการร่วมจีน-ไทยว่าด้วยความร่วมมือด้านการค้า การลงทุน และเศรษฐกิจ” ซึ่งมีรองนายกรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจเป็นประธานฝ่ายไทยและมีมาดามอู๋อี้ (Wu Yi) รองนายกรัฐมนตรีเป็นประธานร่วมจากฝ่ายจีน เคยมีการลงนามเพื่อเป็น “หุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ” ระหว่างกัน ตามข้อตกลง “Roadmap for Sino-Thai Strategic Economic Partnership” ในระหว่างวันที่ 21-23 กันยายน 2005 ที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีเป้าหมายใน 5 ปีข้างหน้า (2010) ที่จะขยายโอกาสทางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยขยายมูลค่าการค้าไทย-จีนให้ถึงระดับ 50,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และขยายมูลค่าการลงทุนทั้งสองฝ่ายให้ถึง 6,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รวมทั้งเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวไทย-จีนให้ถึง 4 ล้านคน เป็นต้น

¹² การจัดตั้ง “คณะทำงานไทย-หยุนหนาน” นับเป็นตัวอย่างความร่วมมือกับจีนในระดับมณฑลที่สำคัญ โดยเป็นความริเริ่มของกระทรวงการต่างประเทศของไทย เสนอดต่อเลขาธิการพรรคคอมมิวนิสต์ประจำมณฑลหยุนหนาน เมื่อเดือนเมษายน 2002 และได้ลงนามร่วมกันในการจัดตั้งคณะทำงานดังกล่าว เพื่อเป็นกลไกส่งเสริมความร่วมมือทางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับมณฑลหยุนหนาน โดยมีอธิบดีกรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศเป็นประธานคณะทำงานฝ่ายไทย และมีอธิบดีสำนักการต่างประเทศของมณฑลหยุนหนานเป็นประธานคณะทำงานฝ่ายจีน

การค้าและการลงทุน (China Council for the Promotion of International Trade: CCPIT) ในมณฑลต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ควรมีการศึกษา รวบรวมและวิเคราะห์งานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจจีน หรือความสัมพันธ์ไทย-จีนที่ศึกษาโดยสถาบันวิจัย หรือสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อรวบรวมว่า มีประเด็นใดที่ได้มีงานที่ศึกษาวิจัยไว้แล้ว มีการดำเนินการแล้ว หรือจะดำเนินการต่อไป และงานแต่ละชิ้น มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย/เชิงปฏิบัติอะไรบ้าง นอกจากนี้ ควรที่จะรวบรวมงานวิจัยที่มีการจัดจ้างศึกษาโดยกระทรวง/หน่วยงาน/องค์กรต่างๆ เช่น สภาหอการค้าไทย ทั้งที่เป็นงานวิจัยที่เสร็จสิ้นแล้ว และกำลังอยู่ในระหว่างศึกษาวิจัย เพื่อเป็นคลังข้อมูล และเพื่อให้สะดวกในการนำข้อมูลผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ต่อไป

2) ผลักดันแนวคิด “Act Together, Get Together”

ในปัจจุบัน มีหน่วยราชการของไทยเข้าไปตั้งสำนักงานกระจายอยู่ตามมณฑลต่างๆ ของจีน มากขึ้น เช่น (1) หน่วยงานสังกัดกระทรวงการต่างประเทศ ได้แก่ สถานเอกอัครราชทูตไทยประจำกรุงเป่ย์จิง และสถานกงสุลใหญ่ไทยประจำมหานครเซี่ยงไฮ้ นครกว่างโจว นครคุนหมิง เมืองเซี่ยเหมิน และนครเฉิงตู และ (2) หน่วยงานสังกัดกระทรวงอื่นๆ เช่น สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงเป่ย์จิง สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ในเมืองต่างๆ ได้แก่ มหานครเซี่ยงไฮ้ นครกว่างโจว และนครคุนหมิง (3) หน่วยงานสังกัดกระทรวงอื่นๆ เช่น สำนักงานเศรษฐกิจการลงทุน (BOI) ณ มหานครเซี่ยงไฮ้ สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศประจำกรุงเป่ย์จิง และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ กรุงเป่ย์จิง เป็นต้น

รัฐบาลไทยควรส่งเสริมให้มีการประสานงานระหว่างหน่วยงานเหล่านี้ ตลอดจนหน่วยงานในส่วนกลางที่สังกัดกระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือดูแลเรื่องประเทศจีน เพื่อระดม/รวบรวม (pooling resources) ทั้งด้านข้อมูลและบุคลากร เพื่อให้เกิดการนำข้อมูลและทรัพยากรบุคคลเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำไปสู่เป้าหมายเดียวกัน คือ การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเติบโตของจีน และไม่ทำงานซ้ำซ้อนกัน ไม่แข่งขันกันในลักษณะที่ไม่ก่อผลประโยชน์ (unproductive) ต่อประเทศโดยรวม เช่น ต่างคนต่างแข่งขันกันเปิดสำนักงานในมณฑลต่างๆ ของจีน หรือต่างคนต่างแข่งขันกันนำคณะเดินทางไปเยือนประเทศจีน เป็นต้น ทุกฝ่ายจึงควรตระหนักถึงความสำคัญของการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อประโยชน์ของประเทศ

3) ผลักดันแนวคิด “Know Yourself before Flying with the Dragon”

จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องประเมินตัวเองและค้นหาให้พบว่า อะไรคือจุดแข็งของไทย จุดเด่นของสินค้าไทยมีหรือไม่ คืออะไรบ้าง และนักธุรกิจไทยมีศักยภาพในด้านใดที่สามารถพัฒนาได้ และดึงมาใช้ประโยชน์ได้

ที่สำคัญ ควรที่จะประเมินและรู้จักตัวเองว่า “ไทยมีอะไรดีในสายตาจีน” ก่อนที่จะพยายามบินไปกับมังกรจีน เช่น ข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง (location advantage) เป็นปัจจัยเอื้อทางกายภาพที่ประเทศไทยตั้งอยู่ไม่ห่างจากจีน (ประมาณ 300 กว่ากิโลเมตรหากวัดจากเมืองจิ้งหนิง มณฑลหูหนาน ถึงอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย) และตำแหน่งของไทยในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน ตลอดจนไทยมีความพร้อมกว่าประเทศเพื่อนบ้านอื่นที่มีพรมแดนติดต่อกับจีน เช่น ด้านโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคของไทยที่มีเครือข่ายเชื่อมโยงสะดวก และไทยมีการบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นสากลและมีเศรษฐกิจในระบบเปิดมานาน เป็นต้น

นอกจากนี้ จีนมองว่า ไทยมีบทบาทในอาเซียน ซึ่งไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีบทบาทนำในอาเซียนมากขึ้น และมีนโยบายที่สอดคล้องกับจีนเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีประวัติศาสตร์ของการขัดแย้งเชิงยุทธศาสตร์หรือด้านความมั่นคงระหว่างกัน รวมทั้งตลาดของประเทศไทยที่มีประชากร 64 ล้านคนและสามารถเชื่อมต่อไปยังตลาดอาเซียน ซึ่งจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐบาลจีนหรือนักธุรกิจจีนส่วนใหญ่ จะไม่ได้มองเพียงแค่ตลาดประเทศไทย แต่จะมองไกลไปครอบคลุมถึงตลาดในอาเซียนทั้งหมด โดยมีไทยเป็นประตูเชื่อม

อีกประการ คือ ไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญ มีผลผลิตที่ฝ่ายจีนเองผลิตได้ไม่เพียงพอ หากแต่ไทยมีความได้เปรียบในการผลิต เช่น ยางพารา มันสำปะหลัง การที่จีนมีอุปสงค์ในสินค้าเหล่านั้นค่อนข้างมาก ในแต่ละปี จึงมีการนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากไทยในปริมาณมาก

นอกเหนือจากการประเมินว่า จีนมีทัศนะหรือมุมมองต่อไทยอย่างไร และไทยสำคัญอย่างไรในสายตาจีนแล้ว อีกคำถามสำคัญที่นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการไทยจะต้องประเมินตัวเองให้ได้ คือ สินค้าไทยมีจุดเด่นอะไร มีลักษณะเฉพาะอะไรบ้างที่จะเป็นที่ต้องการของชาวจีน มีความเหมือนหรือแตกต่างกับสินค้าที่ผลิตโดยจีนเอง หรือสินค้าที่จีนนำเข้าจากแหล่งประเทศอื่นๆ หรือไม่

ทั้งนี้ ผู้ที่จะตอบคำถามนี้ได้ดีที่สุดในตัวของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการเอง เนื่องจากจะต้องเป็นผู้ที่จะรู้จักสินค้าหรือผลผลิตของตนดีที่สุด จึงไม่มีคำตอบสำเร็จรูปแบบเบ็ดเสร็จว่า จะมุ่งเจาะตลาดมณฑลไหนดีหรือจะเข้าลงทุนในมณฑลไหนของจีนดี หากแต่ขึ้นอยู่กับเป้าหมายทางธุรกิจของบริษัทหรือผู้ประกอบการแต่ละรายที่ต้องตอบโจทย์พื้นฐานให้กับตัวเองก่อน เช่น

- ต้องการจะเข้าไปทำการค้า (trade) ส่งสินค้าไปขาย หรือจะไปลงทุน (invest)
- จะขายอะไรให้จีน สินค้าประเภทไหน ตลาดเป้าหมายเป็นผู้บริโภคกลุ่มใด
- จะจัดซื้อหรือจัดหาอะไรจากจีน มีแหล่งนำเข้าจากประเทศอื่นเป็นทางเลือกอื่นหรือไม่ แหล่งผลิตหลักของจีนอยู่ที่ไหน มณฑลใด
- ในกรณีของการลงทุน ต้องตอบให้ได้ก่อนว่า ทำไมต้องเข้าไปลงทุนในประเทศจีน มีความจำเป็นที่แท้จริงหรือไม่ จะไปลงทุนเพราะเหตุผลทางธุรกิจ หรือเพียงเพราะมีคน

รู้จักมาชักชวนให้เข้าไป และจะเข้าไปลงทุนธุรกิจอะไรในจีน ข้อได้เปรียบของพื้นที่ที่เลือกจะเข้าไปลงทุนในจีนคืออะไร

- ในทางกลับกัน การชักชวนนักธุรกิจจีนมาลงทุนในประเทศไทย มีเหตุผลทางธุรกิจที่เพียงพอหรือไม่ คู่พันธมิตรจีนที่จะลงทุนร่วมกันมีจุดแข็งอะไร

นักธุรกิจและผู้ประกอบการจะต้องถามและตอบตัวเองในโจทย์พื้นฐานเหล่านี้ให้ได้เสียก่อน ที่จะเริ่มลงทุน หรือลงแรงในทางปฏิบัติต่อไป

4) ผลักดันแนวคิด “Share for Our Future” ร่วมมือกับภาคเอกชน

ผลักดันและส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในด้านต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูล ซึ่งควรจะเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนแบบสองทาง (two-ways) ทั้งการให้และการรับระหว่างภาครัฐและเอกชน เช่น การให้ภาคเอกชนและประชาชนทั่วไปได้มีความรู้และและความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับมณฑลจีน เช่น ลบภาพลวงตาของตลาดจีนขนาด 1.3 พันล้านคน พร้อมกับการลบอคติต่อจีนในบางด้าน เช่น ความเชื่อว่าแต่ละมณฑลจีนเก็บ VAT ไม่เท่ากัน เป็นต้น

ที่สำคัญ ควรมีการแจ้งข้อมูลประชาสัมพันธ์ให้ผู้ส่งออกได้ทราบว่า จะมาติดต่อใช้สิทธิตามข้อตกลงเร่งลดภาษีผัก-ผลไม้ไทย-จีน หรือข้อตกลงการค้าเสรี ASEAN-China FTA ได้ที่หน่วยงานใด ขั้นตอนมีอะไรบ้าง จะใช้สิทธิหรือใช้ประโยชน์จากข้อตกลงดังกล่าวได้อย่างไร เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน ก็ควรรับฟังข้อมูลจากเอกชนไทยที่มีประสบการณ์จริงในพื้นที่มณฑลจีน เช่น ประสบการณ์การเข้าไปลงทุนหรือส่งสินค้าไปขายในมณฑลจีน

กระบวนการนี้จึงเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อประโยชน์ร่วมกัน และหากมีข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่แตกต่างก็ควรรับฟัง และผู้วิจารณ์ก็ควรที่จะ “ติเพื่อก่อ”

5) ผลักดัน “ยุทธศาสตร์ Rise with the Dragon: เติบโตไปกับมังกรจีน”

นำข้อมูลจากประเมินตัวเองใน 4 ขั้นตอนแรก มาศึกษาและประเมิน และประสานงานระดมความคิดร่วมกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่จะมีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อวางเป้าหมายและจัดทำแผนเชิงยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการเติบโตไปกับมังกรจีน (Rise with the Dragon) มีการกำหนดกรอบเวลา ทั้งระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว และขอบเขตภารกิจที่ชัดเจนในการดำเนินการ

ทั้งนี้ การเติบโตไปกับมังกรจีน สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งด้านการค้า (ส่งออกไปจีนและนำเข้าจากจีน) และการลงทุน (เข้าไปลงทุนในจีน/รับการลงทุนจากจีน) โดยไทยจะต้องวางตำแหน่งของตัวเองเพื่อเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเติบโตของจีน เช่น การเป็นส่วนหนึ่งของสายการผลิตของจีน (supply chain) หรือเข้าไปลงทุนในจีน เพื่อตอบสนองต่อตลาดภายในของจีน (Be part of China's production and consumption process)

ในด้านการดำเนินงาน ควรที่จะแต่งตั้งหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงเพื่อทำหน้าที่เป็นสำนักงานฝ่ายเลข (secretariat) ในการผลักดันยุทธศาสตร์นี้ และเพื่อเป็นศูนย์กลางในการประสานงาน (core contact point) และร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ โดยควรมีข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาจีนกลางได้ดีและมีจำนวนที่มากพอ เพื่อการติดต่อประสานงานกับฝ่ายจีน หรือเป็นล่ามให้กับคณะฯ

6) ผลักดันแนวคิดร่วมมือกับมณฑลจีน เพื่อ “Dance with the Dragon”

พร้อมกันนี้ ควรผลักดันรูปแบบและมิติใหม่ในการร่วมมือกับจีน โดยการเน้นทำข้อตกลงความร่วมมือทวิภาคี (bilateral agreement) กับรัฐบาลมณฑลของจีน ทั้งทางด้านการค้า การลงทุน และด้านสาขาบริการที่จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย เช่น การท่องเที่ยว

นอกเหนือจากความร่วมมือกับบางมณฑลของจีนที่มีอยู่แล้ว เช่น มณฑลหูหนาน รัฐบาลไทยควรจะมีการคัดเลือกมณฑลสำคัญของจีนอื่นๆ ที่มีความพร้อมและมีความคุ้นเคยกับไทยอยู่ในระดับหนึ่งแล้ว (เช่น กว่างตง หรือมณฑลชางไห่) และขยายไปสู่ความร่วมมือกับมณฑลที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับสูงและสามารถเป็นคู่ค้ากันในอนาคต (เช่น ซานตง เทียนจิน และฝูเจี้ยน)

โดยเฉพาะ การเตรียมความพร้อมในการเชื่อมโยงและขยายความร่วมมือกับ “กลุ่มมณฑล” ของจีน ได้แก่ กลุ่ม “ฟานจูซานเจียว” (Pan-Pearl River Delta Regional Cooperation and Development Forum: PPRD) ระหว่าง 9 มณฑลของจีนและ 2 เขตบริหารพิเศษของจีน คือ ฮองกง และมาเก๊า หรือที่เรียกว่า กลุ่ม 9+2 เนื่องจากกลุ่มนี้ นับเป็นกลุ่มเศรษฐกิจที่มีขนาดใหญ่ มีประชากรของทั้ง 9 มณฑลรวมกัน (ไม่รวมฮองกงและมาเก๊า) เกือบ 460 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35 ของประชากรจีนทั่วประเทศ และมีขนาด GDP รวมกันราวร้อยละ 34 และยอดขายปลีกร้อยละ 32 ของประเทศจีน นอกจากนี้ ยังมีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) เป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 48 ของสัดส่วน FDI ของทั่วทั้งประเทศจีน¹³

7) ผลักดันแนวคิด “Sourcing and Linking to the Global Market”

ในการเติบโตไปกับมังกรจีนนั้น ไม่ได้มีเพียงด้านการส่งออกสินค้าไทยไปตลาดจีน หากแต่ในอีกด้านหนึ่ง ทั้งสองฝ่ายสามารถได้รับประโยชน์จากการนำเข้าสินค้าจากมณฑลจีนเช่นกัน โดยเฉพาะการนำเข้าสินค้าที่ไทยมีความต้องการและจะต้องนำเข้าจากแหล่งอื่นอยู่แล้ว เช่น สินค้าทุนกลุ่มเครื่องมือเครื่องจักร เป็นต้น หากไทยหันมานำเข้าสินค้าดังกล่าวจากจีน ซึ่งมีราคาถูกกว่าประเทศอื่นๆ และมีคุณภาพในระดับที่ยอมรับได้ การเปลี่ยนมานำเข้าจากจีนก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถลดต้นทุนในด้านราคาของสินค้าได้ เป็นต้น

¹³ รายละเอียดความสำคัญของแต่ละมณฑลและแต่ละเมืองในกลุ่มฟานจูซานเจียว อยู่ในรายงานฉบับเต็ม อ้างแล้วในเชิงอรรถ 1

นอกจากนี้ ไทยสามารถจัดซื้อจัดหา (sourcing) โดยการนำเข้าสินค้าบางอย่างจากมณฑลจีนเพื่อมาแปรรูปเพิ่มมูลค่าและส่งออกไปจำหน่ายตลาดโลกได้ ซึ่งแต่ละหน่วยงานของรัฐควรมีการประสานงานกัน เช่น หน่วยงานที่ดูแลรายภูมิภาค (Regional Hub) ต่างๆ ภายในกระทรวงพาณิชย์ เพื่อศึกษาด้านอุปสงค์ของตลาดที่สามว่า ต้องการสินค้าอะไร และมีสินค้าอะไรที่เราจะสามารถนำเข้าจากจีน แล้วมาเพิ่มมูลค่า (reprocess/value-creation) ส่งไปขายในตลาดภูมิภาคอื่นได้หรือไม่ อย่างไร เพื่อสร้างเครือข่ายการผลิต (production network)

อย่างไรก็ดี ในการนำเข้าสินค้าจากจีนนั้น ควรที่จะให้ความสำคัญกับประเด็นด้านมาตรฐานสินค้า และการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอย่างจริงจัง เพื่อป้องกันปัญหาสินค้าคุณภาพต่ำราคาถูกจากจีนไหลทะลักเข้ามาในตลาดประเทศไทย ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อผู้ผลิตในประเทศ โดยเฉพาะ SMEs ไทย รวมทั้งผลกระทบต่อผู้บริโภคไทยที่จะต้องบริโภคสินค้าด้วยคุณภาพ

หากสามารถนำข้อ 1-7 มาปฏิบัติ โดยทุกฝ่ายเชื่อมั่นใน หลักการ **Think Positive, Think Possible for Our Mutual Benefits** และหากฝ่ายรัฐในหน่วยงานต่างๆ สามารถร่วมมือกันได้ทำงานเป็นทีม มีการกำหนดทำที่ร่วมกันในการเสนอประเด็นสำคัญที่ควรหยิบยกขึ้นมาเจรจา (talking points) ต่อหน่วยงานตัวแทนรัฐบาลไทยที่จะนำไปเจรจากับรัฐบาลมณฑลต่างๆ ก็จะเป็นเสมือนใบเบิกทางในเชิงนโยบาย ในขณะที่เดียวกัน ฝ่ายเอกชนก็ให้การสนับสนุนภาครัฐ พร้อมๆ ไปด้วยกับการปรับปรุงและพัฒนาตัวเองและผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความพร้อมที่จะรุกตลาดมณฑลจีนเป็นต้น

หากทั้งกระบวนการทำงานที่กล่าวมาทั้งหมดสามารถเดินหน้าไปได้ ก็เชื่อว่า ยุทธศาสตร์ Rise with the Dragon จะเป็นจริงได้ และจะเป็นประโยชน์สำหรับทุกฝ่าย สำหรับรายละเอียดของข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติสำหรับภาครัฐบาลและภาคเอกชน จะอยู่ในรายงานศึกษาวิจัยฉบับเต็ม

ภาคผนวก 1

โครงการศึกษา “โอกาส ปัญหา และอุปสรรคทางการค้าในการเข้าสู่ตลาดจีน

อันเป็นผลมาจากการเปิดเสรีการค้าอาเซียน-จีน โดยเจาะลึกเป็นรายมณฑล”

เสนอ สำนักงานเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

โดย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะและข้อมูลเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าของจีน และความต้องการของตลาด โดยเน้นข้อมูลระดับมณฑล เพื่อวิเคราะห์โอกาสในการส่งออกสินค้าและบริการที่มีศักยภาพของไทยในการเข้าสู่ตลาดของมณฑลสำคัญของจีน
2. เพื่อศึกษาทรัพยากรสำคัญ โครงสร้างการผลิตและส่งออกสินค้าของมณฑลสำคัญของจีน เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ถึงแหล่งทรัพยากรและโอกาสในการจัดหาและนำเข้าวัตถุดิบ/สินค้าทุนจากจีน (supply sourcing) เพื่อนำมาผลิตต่อหรือสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศไทยต่อไป
3. เพื่อศึกษาเส้นทางขนส่งและกระจายสินค้า (logistics) ในมณฑลสำคัญของจีน เพื่อวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการขนส่งและลำเลียงสินค้าจากไทยไปมณฑลจีน รวมทั้งแนวทางในการเลือกเส้นทางขนส่งและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้า
4. เพื่อศึกษานโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุนในมณฑลสำคัญของจีน เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลระดับมณฑล และความสอดคล้องในทางปฏิบัติกับนโยบายและมาตรการในระดับประเทศของรัฐบาลกลาง
5. เพื่อนำผลการศึกษามาจัดทำข้อเสนอแนะและแนวทางในการเข้าสู่ตลาดจีนในระดับมณฑล ทั้งนี้เพื่อให้ไทยได้รับประโยชน์จากกรอบความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน

ขอบเขตการศึกษา

ครอบคลุมมณฑลพื้นที่ศึกษาในประเทศจีน ซึ่งมีศักยภาพในการเป็นตลาดสินค้าและ บริการ และเป็นแหล่งวัตถุดิบ/สินค้าทุนสำหรับไทย รวม 18 มณฑลและเมืองสำคัญในแต่ละมณฑลนั้นๆ โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มมณฑล ดังนี้

มณฑลจีนชายฝั่งทะเลทางตะวันออก ได้แก่

- 1) มหานครเป่ย์จิง (ปักกิ่ง)
- 2) มหานครเซี่ยงไฮ้ (เซี่ยงไฮ้)
- 3) มหานครเทียนจิน (เทียนสิน)
- 4) มณฑลซานตง ได้แก่ นครจีหนาน เมืองชิงเต่า
- 5) มณฑลเจียงซู ได้แก่ นครหนานจิง เมืองอู๋ซี
- 6) มณฑลเจ้อเจียง ได้แก่ นครหางโจว เมืองอู๋ฮู
- 7) มณฑลฝูเจี้ยน (ฮกเกี้ยน) ได้แก่ นครฝูโจว เมืองเซี่ยเหมิน
- 8) มณฑลกวางตุ้ง (กวางตุ้ง) ได้แก่ นครกว่างโจว เมืองเซินเจิ้น จูไห่

9) มณฑลไห่หนาน (ไหหลำ) ได้แก่ นครไหโจว เมืองซานย่า

มณฑลจินตะวันตกเฉียงเหนือ ได้แก่

10) มณฑลเหลียวหนิง ได้แก่ นครเสิ่นหยาง เมืองต้าเหลียน

มณฑลจินตอนกลาง ได้แก่

11) มณฑลหูหนาน ได้แก่ นครฉางซา

12) มณฑลเจียงซี ได้แก่ นครหนานชาง

มณฑลจินตะวันตก ได้แก่

13) มณฑลนครจงชิ่ง

14) มณฑลช้อชวน (เสฉวน) ได้แก่ นครเฉิงตู

15) มณฑลส่านซี ได้แก่ นครซีอาน

16) มณฑลหยุนหนาน (ยูนนาน) ได้แก่ นครคุนหมิง เมืองจิ่งหง ลิบสองปันนา

17) เขตปกครองตนเองกว่างซี (กวางสี) ได้แก่ นครหนานหนิง เมืองเป่ย์ไห่

18) มณฑลกุ้ยโจว ได้แก่ นครกุ้ยหยาง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สภาพข้อเท็จจริง ปัญหา โอกาสและช่องทางในการค้ากับจีนในระดับมณฑล ทั้งทางด้านการส่งออกสินค้าศักยภาพของไทยไปจีน และการนำเข้าและจัดหาวัตถุดิบ/สินค้าทุนจากจีน เพื่อเสริมสร้างการเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-จีน

2. ข้อมูลด้านเส้นทางขนส่งลำเลียงและกระจายสินค้าระหว่างไทยกับมณฑลจีน ปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข

3. ข้อมูลด้านนโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุนทั้งในระดับประเทศและระดับมณฑล เพื่อวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคในการทำการค้ากับมณฑลสำคัญของจีน

4. ข้อมูลในการกำหนดทำที่เจรจากับรัฐบาลจีน ตลอดจนแนวทางและข้อเสนอแนะต่อภาครัฐและเอกชนในการเสริมสร้างการค้ากับจีนรายมณฑล เพื่อให้ไทยได้ประโยชน์จากกรอบความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน

5. ข้อมูลองค์ความรู้ระดับมณฑลของจีน เพื่อเผยแพร่ต่อผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนสาธารณชนทั่วไป เพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจทางเศรษฐกิจของจีนในระดับมณฑลมากขึ้น

ภาคผนวก 2

ข้อมูลสำคัญทางเศรษฐกิจของจีน ปี 2004

ข้อมูลสำคัญทางเศรษฐกิจของจีน ปี 2004	จีน
พื้นที่ (ล้านตารางกิโลเมตร)	9.60 (อันดับ 3 ของโลก)
จำนวนประชากร (ล้านคน)	1,299.88 (อันดับ 1 ของโลก)
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) (พันล้านหยวน)	13,687.59
เกษตรกรรม	2,076.81
อุตสาหกรรม	7,238.72
การบริการ	4,372.06
GDP เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (หยวน)	10,561
เกษตรกรรม (ล้านตัน)	
- เมล็ดข้าว	469.47
- พืชน้ำมัน	30.66
อุตสาหกรรม	
- ถ่านหิน (ร้อยล้านตัน)	19.56
- น้ำมันดิบ (ล้านตัน)	175.00
- ไฟฟ้า (ร้อยล้านกิโลวัตต์ชั่วโมง)	21,870.00
- เหล็กกล้า (ล้านตัน)	272.80
รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี จำแนกตามแหล่งที่อยู่อาศัย (หยวน)	
รายได้ของชาวจีนในเขตเมือง (หลังหักภาษี)	9,422
รายได้ของชาวจีนในเขตชนบท	2,936
มูลค่าการลงทุนในสินทรัพย์คงที่ (พันล้านหยวน)	7,047.74
มูลค่าการค้าปลีก (พันล้านหยวน)	5,395.00
มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ (พันล้านเหรียญ สหรัฐ.)	1,154.55
การส่งออก	593.32
การนำเข้า	561.23
มูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติ (FDI) ที่ใช้จริง (พันล้านเหรียญ สหรัฐ.)	60.63
การคมนาคมขนส่ง	
เส้นทางรถไฟ (กิโลเมตร)	74,407.70
ทางหลวง (กิโลเมตร)	1,870,661
การจ้างงาน	
จำนวนผู้มีงานทำ (ล้านคน)	752.00
อัตราการว่างงานในเขตเมือง (%)	3.4
การศึกษา (ระดับอุดมศึกษาขึ้นไป)	
- จำนวนสถาบัน (แห่ง)	1,731
- จำนวนนักศึกษาปัจจุบัน (ล้านคน)	13.34
- จำนวนผู้สำเร็จการศึกษา (ล้านคน)	2.39

ที่มา: China Statistical Yearbook 2005

ภาคผนวก 3
ข้อมูลสำคัญทางเศรษฐกิจและการค้าของ 18 มณฑลจีน

มณฑล/ เขตปกครองตนเอง/ มหานคร	ลักษณะเด่น	การผลิตและทรัพยากรสำคัญ	สินค้าส่งออกสำคัญ	สินค้านำเข้าสำคัญ
1. กว่างตง	ขนาดเศรษฐกิจใหญ่อันดับ 1 ของจีน อยู่ติดกับฮ่องกงจึงเป็นประตูเข้า-ออกสินค้าจากจีนกับตลาดโลกมานาน นอกจากเมืองเอกคือ กว่างโจวแล้ว ยังมีเมืองเศรษฐกิจสำคัญ เช่น เซินเจิ้น จูไห่ และช่านไห่ ซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) มาตั้งแต่ปี 1979 เศรษฐกิจการค้าขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีมูลค่าการส่งออกและค้าปลีกมากที่สุดในจีน	แหล่งสำรองแร่ดินขาว ถ่านหินร้อน พลวง และเจอร์มาเนียม มากที่สุดในจีน เป็นฐานทางอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในจีน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน	เครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และการสื่อสาร สิ่งทอ เครื่องแต่งกาย ของเด็กเล่น และรองเท้า	สินค้าทุนและสินค้าจำพวกวัตถุดิบ ชิ้นส่วนและส่วนประกอบ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักร แผงวงจรไฟฟ้า เหล็กม้วน น้ำมันดิบ และพลาสติกในรูปสารตั้งต้น
2. เจียงซู	มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากกว่างตง เมืองเอกคือ หนานจิง มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) มากเป็นอันดับ 1 ของจีน และเป็นตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของจีน	มีแร่เหล็กหายาก ดินสำหรับทำเครื่องเคลือบ หินปูน และหินอ่อนและแร่โลหะที่ไม่มีเหล็กผสม โคเคนในอุตสาหกรรมเคมี และวัสดุก่อสร้าง	เครื่องใช้ในสำนักงานและเครื่องประมวลผลข้อมูล อุปกรณ์โทรคมนาคม เครื่องจักรอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน และสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย	เครื่องจักรอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน เครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิชาชีพ เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ และเคมีอินทรีย์
3. ซ่างไห่	เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและการค้ามานาน โดยตั้งอยู่บนสามเหลี่ยมที่ราบลุ่มแม่น้ำฉางเจียง (แยงซีเกียง) มีท่าเรือน้ำลึกที่ใหญ่ที่สุดในจีน และคิดอันดับ 3 ของโลก	เป็นศูนย์กลางทางการเงิน และตลาดหลักทรัพย์ของจีน เป็นผู้นำด้านการผลิตรถยนต์ และผู้ผลิตแผงวงจรรวม และเอทีเอ็ม รายใหญ่เป็นอันดับ 2 ของจีน	สินค้าไฮเทค เช่น อุปกรณ์โทรคมนาคมและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง อุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องมือและชิ้นส่วน และเครื่องแต่งกาย	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบ วัตถุดิบพลาสติก และชิ้นส่วนรถยนต์และส่วนประกอบ
4. ซานตง	มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 3 ของจีน และเป็นตลาดผู้บริโภคอันดับ 2 ในจีน ด้านเกษตร ผลิตแอปเปิ้ลได้มากที่สุดที่สุดในจีน มีท่าเรือชิงเต่าและเอียนไถเป็น 2 ในเมืองท่าทางทะเลที่ใหญ่ที่สุดในจีน	เป็นฐานการผลิตทางอุตสาหกรรมอันดับ 3 ของจีน รองจากกว่างตงและเจียงซู สินค้ามีชื่อ เช่น เบียร์ชิงเต่า และเครื่องใช้ไฟฟ้าไฮเออร์ น้ำมันดิบ (มากเป็นอันดับ 2 ในจีน รองจากเซี่ยงไฮ้) ถ่านหิน	เครื่องจักรกล สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์ สิ่งทอ เครื่องแต่งกาย ปลาและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ และเครื่องหนัง	เหล็กกล้า เครื่องจักรกลและเครื่องไฟฟ้า พลาสติกและผลิตภัณฑ์ หนังสือ เคมีภัณฑ์ วัตถุดิบอื่นๆ เครื่องคอมพิวเตอร์

มณฑล/ เขตปกครองตนเอง/ มหานคร	ลักษณะเด่น	การผลิตและทรัพยากรสำคัญ	สินค้าส่งออกสำคัญ	สินค้านำเข้าสำคัญ
5. เจ้อเจียง	มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 4 ของจีน เมืองเอก คือ หางโจว มีชายฝั่งทะเลยาวที่สุดในจีน และมีท่าเรือสำคัญ คือ หมิงโป	ดินสหาย่ายเปลือกแข็ง ถ่านหิน สารส้ม หินปูน ฟลูโอไรท์ เป็นฐานทางอุตสาหกรรมที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของจีน ที่สำคัญ อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายและสิ่งทอ ผลิตผ้าไหมได้ 1 ใน 3 ของจีน เครื่องหนังของเด็กเล่น และกระดาษ	เครื่องจักรกลและไฟฟ้า เครื่องแต่งกายและผลิตภัณฑ์ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ รองเท้า และเม็ดพลาสติก	เครื่องจักรกลและไฟฟ้า สินค้าไฮเทค สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า และพลาสติกในรูปสารตั้งต้น
6. เป่ย์จิง	เป็นเมืองหลวง และเป็นศูนย์กลางทางการเมือง และการต่างประเทศของจีน รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมจีนโบราณ	เป็นฐานการผลิตของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับสูง	กลุ่มเครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง (ร้อยละ 61.5) กลุ่มสินค้าเบ็ดเตล็ด (ร้อยละ 16.9) และกลุ่มสินค้าสำเร็จรูป (ร้อยละ 8.9)	กลุ่มเครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง (ร้อยละ 60.3) กลุ่มสินค้าเบ็ดเตล็ด (ร้อยละ 11.1) และกลุ่มสินค้าสำเร็จรูป (ร้อยละ 9.6)
7. ฝูเจี้ยน	ตั้งตรงข้ามกับไต้หวัน มีเมืองเซี่ยเหมิน เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ)	มีพื้นที่ป่าไม้มากที่สุดในจีน ผลิตสินค้าจากไม้มากเป็นอันดับ 2 ของจีน สินค้ามีชื่อ เช่น ส้มฝูโจว และลำไยฝูเถียน และมีอุตสาหกรรมประมงใหญ่เป็นอันดับ 3 ในจีน	อุปกรณ์ในสำนักงานและเครื่องประมวลผลข้อมูล เครื่องแต่งกายและอุปกรณ์ตกแต่ง เสื้อผ้า รองเท้า ถุงเท้า เครื่องทำไฟฟ้าและชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์แร่โลหะ	เครื่องทำไฟฟ้าและชิ้นส่วน อุปกรณ์เฉพาะทางและเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ อุปกรณ์ในสำนักงานและเครื่องประมวลผลข้อมูล และพลาสติกในรูปสารตั้งต้น เคมีอินทรีย์
8. เทียนจิน	เป็นเมืองท่าเชิงพาณิชย์แบบครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดในจีนตอนเหนือ และท่าเรือตู้ขนส่งสินค้าที่ใหญ่ที่สุดในจีน และเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศที่ใหญ่ที่สุดในจีน	เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการนำเข้า-ส่งออก การบรรจุภัณฑ์ อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์เทคโนโลยีสมัยใหม่	เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.1) สินค้าวัตถุดิบ (ร้อยละ 10.0) และน้ำมันเชื้อเพลิงและน้ำมันหล่อลื่น (ร้อยละ 6.2)	เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.0) สินค้าวัตถุดิบ (ร้อยละ 9.0) และเคมีภัณฑ์ (ร้อยละ 8.6)
9. เหลียวหนิง	เป็นศูนย์กลางของจีนอีสาน เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหนัก เมืองสำคัญ คือ ด้าเหลียน เป็นท่าเรือใหญ่และศูนย์กลางแฟชั่น	แหล่งผลิตหยก น้ำมัน เหล็ก เหล็กกล้า ถ่านหิน แมกนีเซียม และเพชรรายใหญ่ ศูนย์กลางของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี และการแปรรูปวัตถุดิบ	ยางรถยนต์ น้ำมันสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์เหล็ก น้ำมันดิบ และสิ่งทอไหม	หลอดภาพโทรทัศน์ ผลิตภัณฑ์เหล็ก ยางพารา รถยนต์ และอะลูมิเนียม

มณฑล/ เขตปกครองตนเอง/ มหานคร	ลักษณะเด่น	การผลิตและทรัพยากรสำคัญ	สินค้าส่งออกสำคัญ	สินค้านำเข้าสำคัญ
10. หยุนหนาน	เป็นประตูสู่ “GMS” เชื่อมจีนกับอีก 5 ประเทศในลุ่มแม่น้ำโขง ศูนย์กลางการคมนาคมและการขนส่งที่สำคัญของจีนตอนใน โดยเฉพาะเส้นทาง North-South Corridor เชื่อมคุนหมิง-กรุงเทพฯ	ผลิตสังกะสีได้มากที่สุดในจีน และยังมีดิบบุก ทองแดง อลูมิเนียม ตะกั่ว แหล่งผลิตไบยาสูบ (มากที่สุดในจีน) ยางพารา ไบชา กาแฟ ไม้ดอก อ้อย (อันดับ 2) ไฟฟ้าพลังน้ำ และการท่องเที่ยว	เคมีภัณฑ์ โลหะสามัญและผลิตภัณฑ์ ไบยาสูบ ผัก ผลไม้ และธัญพืช	สินแร่ เครื่องจักรกลและไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ติดต่อสื่อสาร
11. เจียงซี	มีการทำปศุสัตว์ เป็ดและไก่ สัตว์น้ำจืด และเป็นแหล่งผลิตสินค้าจากไม้ไผ่และไม้แปรรูปที่สำคัญของจีน แหล่งกำเนิดเครื่องเคลือบกังไส ทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในจีน	ผู้ผลิตข้าวรายใหญ่อันดับ 3 ของจีน ผลิตทองแดง เงิน ยูเรเนียม มากที่สุดในจีน และผลิตทั้งสแตนเลสและทองคำได้เป็นอันดับ 2	เสื้อผ้าและชิ้นส่วนประดับเสื้อผ้า เครื่องจักรกลและเครื่องไฟฟ้า เคมีภัณฑ์ อาหารกึ่งสำเร็จรูป โลหะสามัญ เครื่องเคลือบ ธัญพืช ฝ้าย และรองเท้า	เครื่องจักรกลและเครื่องไฟฟ้า เม็ดพลาสติก สินแร่ ผลิตภัณฑ์ไฮเทค
12. หูหนาน	มีปริมาณน้ำจืดมากเป็นอันดับที่ 2 ของจีน เป็นแหล่งผลิตข้าวและปลาน้ำจืดรายใหญ่ เป็นบ้านเกิดของเหมา เจ๋อตง ผู้สถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีน	มีพลวงคำมากเป็นอันดับ 1 ของโลก แหล่งแร่โอลิเวอร์ของจีน แหล่งผลิตข้าวสำคัญของจีน ผลิตชาและส้มได้เป็นอันดับ 4 และเป็นแหล่งปศุสัตว์พันธุ์พื้นเมืองมีชื่อ	เหล็กกล้าม้วน แมงกานีสที่ยังไม่ได้กลึง ด้าย ทอ สิ่งทอ และผลิตภัณฑ์ เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับตกแต่งเสื้อผ้า และดอกไม้ไฟ และประทัด	แร่เหล็ก ชิ้นส่วนยานยนต์ เหล็กกล้าม้วน เชื้อ กระจก และเครื่องมือเครื่องจักรสำหรับผลิต โลหะ
13. กว่างซี	เป็นมณฑลทางตะวันตกเพียงแห่งเดียวที่มีทางออกทะเล และอยู่ติดกับเวียดนาม รัฐบาลประกาศให้เป็น “ประตูสู่อาเซียน” ของจีน เป็นแหล่งผลิตอ้อยมากที่สุดในจีน และเป็นแหล่งทำประมงและผลิตไข่มุกสำคัญของจีน	ฐานการผลิตน้ำตาลที่ใหญ่ที่สุดในจีน และอุตสาหกรรมโลหะที่ไม่มีเหล็กผสม รถยนต์ และเครื่องจักร	กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและไฟฟ้า กลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับเสื้อผ้า สิ่งทอ อาหาร ปูนซีเมนต์ สังกะสีผสม ดินุคผสม และวัสดุก่อสร้าง	ถั่วเหลือง สินแร่ (แร่เหล็ก และแร่แมงกานีส) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและไฟฟ้า น้ำมัน พืชประกอบอาหาร และหนังสือ
14. ซื่อชวน	มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่และเป็นฐานอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในจีนตะวันตก เป็นแหล่งแร่ธาตุและแหล่งผลิตสินค้าเกษตรรายใหญ่ ผลิตเนื้อหมูได้มากที่สุดในจีน	ฐานการผลิตทางเกษตรกรรมและปศุสัตว์มากเป็นอันดับ 4 ของจีน และแหล่งทรัพยากรน้ำสำคัญ จึงเป็นศูนย์กลางการผลิตไฟฟ้าพลังน้ำของจีน	เคาปฏิกรณ์ปรมาณู เครื่องจักร อุปกรณ์ไฟฟ้า และเครื่องเล่นวีดิโอและออดิโอ วัสดุสิ่งทอ และผลิตภัณฑ์ โลหะสามัญและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์จากสัตว์ อาหาร เครื่องดื่ม ไบยาสูบ	เคาปฏิกรณ์ปรมาณู เครื่องจักร อุปกรณ์ไฟฟ้า และเครื่องเล่นวีดิโอและออดิโอ รถยนต์ เครื่องบิน เรือ และอุปกรณ์ขนส่ง สินแร่ อุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ นาฬิกา และเครื่องดนตรี และโลหะสามัญและผลิตภัณฑ์

มณฑล/ เขตปกครองตนเอง/ มหานคร	ลักษณะเด่น	การผลิตและทรัพยากรสำคัญ	สินค้าส่งออกสำคัญ	สินค้านำเข้าสำคัญ
15. กุ้ยโจว	มีรายได้ต่ำที่สุดในประเทศจีน ผลิตใบยาสูบได้เป็นอันดับ 2 ในจีนและเป็นแหล่งผลิตชา สมุนไพรรายใหญ่ สินค้ามีชื่อได้แก่ เหล้าเหมาโถ	ฟอสฟอรัส (มากที่สุดในจีน) บ็อกไซต์ (อันดับ 2) และถ่านหิน (อันดับ 5) แหล่งผลิตและจัดหาไฟฟ้า การแปรรูปใบยาสูบ การถลุงแร่ เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ อาหารแปรรูป และวัสดุก่อสร้าง	เคมีภัณฑ์ เครื่องจักร อุปกรณ์ไฟฟ้า และเครื่องเล่นและบันทึกภาพ โลหะสามัญและผลิตภัณฑ์ สินแร่ และอาหาร เครื่องดื่ม สุรา ใบยาสูบ	สินแร่ เครื่องจักร อุปกรณ์ไฟฟ้า และเครื่องเล่นและบันทึกภาพ พลาสติก ยางพารา และผลิตภัณฑ์ โลหะสามัญและผลิตภัณฑ์ และอุปกรณ์ถ่ายภาพ เครื่องตวงวัด เครื่องมือแพทย์ นาฬิกา และเครื่องดนตรี
16. ฉงชิ่ง	ยกระดับขึ้นเป็นมหานคร เมื่อเดือนมีนาคม 1997 เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาจีนตะวันตก เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหนัก เช่น รถยนต์และมอเตอร์ไซค์	ก๊าซธรรมชาติ พลังงานน้ำ และมีแร่ สตรอนเทียม (มากที่สุดในจีนและอันดับ 2 ของโลก) เป็น 1 ใน 3 ผู้ผลิตอะลูมิเนียมรายใหญ่ของจีน	กลุ่มรถยนต์ เครื่องบิน เรือ และอุปกรณ์ขนส่ง โดยเฉพาะมอเตอร์ไซค์ อุปกรณ์เครื่องจักรและไฟฟ้า เครื่องบันทึกวิดีโอและอุปกรณ์ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ โลหะสามัญและผลิตภัณฑ์ วัสดุสิ่งทอและผลิตภัณฑ์	อุปกรณ์เครื่องจักรและไฟฟ้า เครื่องบันทึกวิดีโอและอุปกรณ์ กลุ่มรถยนต์ เครื่องบิน เรือ และอุปกรณ์ขนส่ง สินแร่ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ นาฬิกา และเครื่องดนตรี
17. ซานซี	ศูนย์ R&D ที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 รองจากเป่ย์จิงและเซี่ยงไฮ้ และเป็นฐานการผลิตพลังงานที่สำคัญ	มีแหล่งแร่สำรองมากที่สุดในจีน ที่สำคัญเช่น น้ำมัน ก๊าซ ถ่านหิน เหล็ก และแร่โลหะ แหล่งผลิตผลไม้รายใหญ่ เช่น แอปเปิ้ล และเป็นฐานการแปรรูปผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในจีน	เครื่องจักรกลและเครื่องไฟฟ้า สินค้าเกษตรแปรรูป สินแร่ สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย โลหะและผลิตภัณฑ์ และอุปกรณ์ขนส่ง	เครื่องจักรกลและเครื่องไฟฟ้า เครื่องวัดปริมาณ ตรวจสอบ และวิเคราะห์อัตโนมัติ และอุปกรณ์ และโลหะและผลิตภัณฑ์
18. ไห่หนาน	จัดตั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษในปี 1988 และเป็นแหล่งผลิตพืชเศรษฐกิจและผลไม้เมืองร้อน ถั่วลิสง มะพร้าว พืชสมุนไพร ขางพารา และอาหารทะเลที่สำคัญ	แหล่งผลิตผลไม้เขตร้อนที่ใหญ่ที่สุดและแหล่งผลิตขางพาราอันดับ 1 ของจีน แหล่งน้ำมันและก๊าซธรรมชาติรายใหญ่แห่งหนึ่ง และยังมีไททานเนียม (70% ของจีน) และเป็นฐานการผลิตเกลือทะเล	ก๊าซธรรมชาติ เสื้อผ้าและอุปกรณ์ตกแต่ง เสื้อผ้า ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลและไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ และเฟอร์นิเจอร์	ยานอวกาศ (spacecraft) และชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลและไฟฟ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์พลาสติก

ที่มา: China Statistical Yearbook 2005 และ Statistical Yearbook 2005 ของ 18 มณฑล/มหานคร/เขตปกครองตนเอง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

พิษณุ เหริยภูมิหาสาร, 2546. จีน: หุ่นส่วนใหญ่นำเข้าไทยมั่งคั่ง. กรุงเทพมหานคร: สภาธุรกิจไทย-จีน.

พิษณุ เหริยภูมิหาสาร และอักษรศรี พานิชสาส์น, 2548. ถอดเกร็ดมังกร ตอนลัดเลาะรายมณฑล.

กรุงเทพมหานคร: ไซออน มีเดีย.

วรศักดิ์ มหัทธโนบล, ผู้รวบรวม, 2542. จีน-ไทยในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2548. สารานุกรมเศรษฐกิจจีน: คู่มือสำหรับนักธุรกิจไทย. แก้ไขครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ผู้จัดการ.

วารินทร์ วงศ์หาญเขาว์ และคณะ, 2548. “โครงการวิจัยร่วมเพื่อพัฒนากรอบยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและเศรษฐกิจ ไทย-จีนโดยเน้นการเชื่อมโยงทางภูมิศาสตร์ (CTC)” รายงานวิจัย เสนอสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), กันยายน. (อัดสำเนา)

วิบูลย์ ตั้งกิตติภรณ์, 2546. “อุปนิสัยการทำการค้าของคนจีนในท้องถิ่นต่างๆ ของคนจีน.” เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง “การแข่งขันทางเศรษฐกิจของจีนท่ามกลางกระแสทุนนิยมโลก” วันที่ 4 กันยายน. (อัดสำเนา)

_____, 2547. “กฎหมายว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน” 1 มิถุนายน. (อัดสำเนา)

สมภพ มานะรังสรรค์, 2546. จีน มหาอำนาจในศตวรรษที่ 21: เศรษฐกิจหลังยุคปฏิรูปสู่ทางการลงทุนของคนไทย. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจิตรศิลป์.

อักษรศรี พานิชสาส์น, 2546. “มิติใหม่ความสัมพันธ์ไทย-จีนในเวทีเศรษฐกิจการค้าโลกหลังจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO” รายงานการวิจัยภายใต้โครงการจีนศึกษา สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (อัดสำเนา)

_____, 2546. “เส้นทางสู่ระบบตลาดของจีน: มุมมองเศรษฐศาสตร์สถาบัน.” กรุงเทพธุรกิจ, วันที่ 31 ตุลาคม, หน้า 12.

- _____, 2547. “สภาพปัจจัยเศรษฐกิจ 4 มณฑลตะวันตกเฉียงใต้ของจีน: ชี้อชวน จงชิง หยุนหนาน และกว่างซี.” รายงานวิจัยส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ปริญญาเอกสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ธันวาคม. (อัดสำเนา)
- _____, 2547. เอกสารนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการมาตรการที่เป็นอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายในและกว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (วาระพิเศษ เรื่องกฎหมายการค้าฉบับใหม่ของจีน) ณ ห้องบอลรูม 1 ชั้น 3 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, 20 กรกฎาคม. (อัดสำเนา)
- _____, 2548. “ข้อเท็จจริง ปัญหา และโอกาสในการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจไทย-จีน: กรณีศึกษาการค้าไทย-มณฑลตะวันตกเฉียงใต้ของจีน” เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาตินักเศรษฐศาสตร์ ครั้งที่ 1 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 28 ตุลาคม. (อัดสำเนา)
- _____, 2549. “การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-มณฑลตะวันตกเฉียงใต้ของจีน: ความเป็นไปได้ โอกาส และอุปสรรค” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, มิถุนายน.
- _____, 2549. *มองจีน มองไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพฯธุรกิจบุ๊ก.

ภาษาอังกฤษ

ASEAN-China Economic Cooperation Expert Group, 2001. “Forging Closer ASEAN-China Economic Relations in the Twenty-first Century.”

<http://www.aseansec.org/newdata/asean_chi.pdf>. October.

ASEAN Secretariat, 2002. “Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between the Association of Southeast Asian Nations and the People’s Republic of China.” <<http://www.aseansec.org/13196.htm>>. November.

Blackman, Carolyn, 2001. “Local Government and Foreign Business.” *China Business Review*. Vol. 28 (3) (May-June): 26-31.

China-ASEAN Business Net. <<http://www.china-asean.net>>.

China-ASEAN Free Trade Area (CAFTA). <<http://www.cafta.org.cn/en/index.asp>>.

China Business Handbook 2006, 2006. 9th ed. London: Alain Charles Publishing Ltd.

China Business Review. <<http://chinabusinessreview.com/>>.

China Daily. <<http://www.chinadaily.com.cn/>>.

China Internet Informational Center. <<http://www.china.org.cn/english/>>.

Chinese Government's Official Web Portal, 2005. "Top 10 news stories in China in 2005."

<http://english.gov.cn/2005-12/29/content_141679.htm>. 29 December.

Hong Kong Trade Development Council. "Market Profiles on Chinese Cities and Provinces."

<<http://www.tdctrade.com/mktprof/china.htm>>.

International Enterprise Singapore. <<http://www.iesingapore.gov.sg/>>.

Lardy, Nicholas, 1995. "The Role of Foreign Trade and Investment in China's Economic Transformation." *The China Quarterly*. 1065-1082.

_____, 2002. *Integrating China in the Global Economy*. Washington D.C.: Brookings.

National Bureau of Statistics of China, 2005. *Beijing Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2004. *China Statistical Yearbook 2004*. China Statistics Press.

_____, 2005. *China Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Chongqing Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Fujian Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Guangdong Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Guangxi Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Guizhou Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Hainan Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Hunan Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Jiangsu Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Jiangxi Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Liaoning Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Shaanxi Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Shandong Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Shanghai Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Sichuan Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Tianjin Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Yunnan Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

_____, 2005. *Zhejiang Statistical Yearbook 2005*. China Statistics Press.

Norton, Patrick M., and Huang, Lane, 2001. "Management Fraud in China." *China Business Review*. Vol. 28 (2) (March-April): 26-30.

OECD, 2002. *China in the World Economy – The Domestic Policy Challenges*. Paris: OECD Centre.

People's Daily Online. <<http://english.peopledaily.com.cn/other/archive.html>>.

State Development Planning Commission. <<http://www.sdpc.gov.cn/>>.

Supachai Panitchpakdi, and Clifford, Mark L., 2002. *China and the WTO*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd.

"The State Council." People's Daily Online.

<<http://english.people.com.cn/data/organs/statecouncil.html>>.

World Bank, 1997. *China 2020: Development Challenges in the New Century*. Washington D.C.: World Bank.

จีน: หนึ่งประเทศ หลายมณฑล หลากกฎเกณฑ์

โดย ดร.อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ

ประวัติ หัวหน้าโครงการและนักวิจัย

ชื่อ ดร. อักษรรี พานิชสาส์น
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์บัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1 เหรียญทอง) พ.ศ. 2533
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาโท M.A. (International Economics & Chinese Studies) พ.ศ. 2537
Johns Hopkins University สหรัฐอเมริกา
โดยทุนรัฐบาลไทย (ทุน ก.พ.)

ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสหวิทยาการ พ.ศ. 2549
สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ด้วยทุนการศึกษาโครงการปริญญาเอกกาญจนาภิเษก (คปก.)
โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

วิทยานิพนธ์

ปริญญาโท "Implication of China's Participation in the GATT on Sino-ASEAN Trade Relation", Johns Hopkins University, May 1994.

ปริญญาเอก “การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-มณฑลตะวันตกเฉียงใต้ของจีน: ความเป็นไปได้ โอกาส และอุปสรรค” (The Economic Linkages between Thailand and China's Southwestern Provinces: Possibility, Opportunities and Obstacles), มิถุนายน 2549.

ผลงานวิจัย

- นัยของการรวมกลุ่มการค้าภูมิภาคต่อระบบการค้าพหุภาคี, สนับสนุนโดยโครงการวิจัยเสริมหลักสูตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ.2542 (นักวิจัยและหัวหน้าโครงการ)
- ผลกระทบของความตกลงว่าด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITA) ต่อเศรษฐกิจไทย สนับสนุนทางการเงิน โดยกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2543 (นักวิจัย)
- โครงการศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเอเปคของประเทศสมาชิก : กรณีประเทศจีน ทุนสนับสนุนจากสกววิจัยแห่งชาติ พ.ศ. 2544 (นักวิจัย)
- มิติใหม่ความสัมพันธ์ไทย-จีนในเวทีเศรษฐกิจการค้าโลก: หลังจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO” ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2546 (นักวิจัยและหัวหน้าโครงการ)
- โครงการวิจัยร่วมเพื่อพัฒนารอบยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจระหว่างไทย-จีน โดยเน้นตำแหน่งและการเชื่อมโยงทางภูมิศาสตร์ ทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ชค. 2546 – มีค. 2548 (นักวิจัย)

- การเพิ่มศักยภาพในการท่องเที่ยวระหว่างภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย กับ จีนตอนใต้โดยใช้ข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) ศึกษาวิจัยร่วมกับคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตค. 2547 – กย. 2548 (นักวิจัย)
- โครงการจัดทำหนังสือเศรษฐกิจจีน 11 มณฑลที่มีนัยสำคัญต่อไทย ทูตสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มค. 2548 – กค. 2548 (นักวิจัย)
- โครงการการศึกษาโอกาส ปัญหา และอุปสรรคทางการค้าในการเข้าสู่ตลาดจีนอันเป็นผลมาจากการเปิดเสรีการค้าอาเซียน-จีน โดยเจาะลึกเป็นรายมณฑล ทูตสนับสนุนจากสำนักงานเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD) กพ-พย 2549 (นักวิจัยและหัวหน้าโครงการ)
- โครงการศึกษาและสำรวจระบบโลจิสติกส์ของประเทศจีน ในบริบทของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน – จีน ทูตสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กพ 2549 – กพ 2550 (นักวิจัย)

หนังสือ

- พิษณุ เหริยคุณหาสาร และอักษรศรี พานิชสาส์น. ถอดเกร็ดมังกร ตอน ลัดเลาะรายมณฑล. กรุงเทพฯ: ไชยอน มีเดีย, กันยายน 2548
- อักษรศรี พานิชสาส์น. มองจีน มองไทย. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจบิซบุ๊ก, พฤศจิกายน 2548
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน อักษรศรี พานิชสาส์น และอวยพร สุราทองไทย. หนึ่งมณฑล หนึ่งประเทศ : เศรษฐกิจจีน 11 มณฑลที่มีนัยสำคัญต่อไทย. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ, เมษายน 2549

บทความ

บทความวิชาการ เช่น วารสารเศรษฐศาสตร์ วารสารส่งเสริมการลงทุน วารสารการงบประมาณ เป็นต้น และบทความประจำในคอลัมน์ “มองจีน มองไทย” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น มติชนรายสัปดาห์ ผู้จัดการ กรุงเทพธุรกิจบิซบุ๊ก เป็นต้น

การสำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนามในประเทศจีน

การเดินทางไปประเทศจีนเพื่อศึกษาสำรวจพื้นที่ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิในภาคสนาม ตลอดจนข้อมูลทุติยภูมิในแหล่งข้อมูลในประเทศจีน ในช่วงเดือนตุลาคม 2546 – พฤษภาคม 2549 ดังนี้

- 1) ส่องกง-เซินเจิ้น-กว่างโจว ระหว่างวันที่ 5-7 ตุลาคม 2546
- 2) นครเฉิงตู มณฑลซื่อชวน ระหว่างวันที่ 18-22 ตุลาคม 2546
- 3) เมืองเอกของมณฑลทางตะวันตกที่สำคัญ 5 แห่ง ได้แก่ कुหนิง (คุนหมิง) กุ้ยหยาง (กุ้ยโจว) เฉิงตู (ซื่อชวน) ซีอาน (ส่านซี) และ หานหนิง (กว่างซี) ระหว่างวันที่ 16-27 พฤศจิกายน 2546
- 4) เชียงใหม่-เชียงใหม่ (เจียงหนิง)-เชียงแสน-เชียงของ ระหว่างวันที่ 6-12 ธันวาคม 2546
- 5) หนองคาย-เวียงจันทน์-หลวงพระบาง ระหว่างวันที่ 13-19 ธันวาคม 2546 โดยมีเจ้าหน้าที่และนักวิจัยชาวจีนจากมณฑลหยุนหนานร่วมเดินทางด้วย
- 6) นครไหโข่ว และเมืองซันย่า มณฑลไห่หนาน ระหว่างวันที่ 22-26 กุมภาพันธ์ 2547

7) นครเจียงตู (มณฑลชื้อชวน)-มหานครจงชิ่ง-ล่องแม่น้ำฉางเจียง (แยงซีเกียง)-เมืองอี้ซาง (มณฑลหูเป่ย์) และเขื่อนสามโตรกผา (Three Gorges) ระหว่างวันที่ 18-25 เมษายน 2547

8) มหานครเป่ย์จิง ระหว่างวันที่ 20-23 กันยายน 2547

9) มหานครซางไห่ มณฑลเจ้อเจียง และ มณฑลเจียงซู ระหว่างวันที่ 14-18 ตุลาคม 2547

10) นครหนานหนิง เขตปกครองตนเองฉีวงกว่างซี ระหว่างวันที่ 2-6 พฤศจิกายน 2547

11) มณฑลฝูเจี้ยน ระหว่างวันที่ 12-17 มีนาคม 2548

12) นครฮาร์บิน (มณฑลเฮยหลงเจียง) และนครเสิ่นหยาง (มณฑลเหลียวหนิง) ระหว่างวันที่ 19-26 มีนาคม 2548

13) นครคุนหมิง (มณฑลยูนหนาน) เพื่อศึกษาวิจัย ณ Yunnan University ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาในต่างประเทศ Prof. Dr. Yang Xianming คณบดี School of Developmental Studies, Faculty of Economics และได้รับเชิญให้เป็น visiting scholar สอนวิชา International Economics ในกับนักศึกษาปริญญาโทของ Yunnan University ระหว่างวันที่ 3 เมษายน - 7 มิถุนายน 2548

ในการนี้ ผู้เขียนได้นำเสนอบทความชื่อ “China’s Economic Influence in The GMS and ASEAN Region: A View from Thailand” ในงานสัมมนาระหว่างประเทศ ชื่อ “To Advance Economic Cooperation in the Context of Mutual Growth” จัดโดยสถาบัน China Academy of Social Sciences (CASS) ร่วมกับ Yunnan University ณ นครคุนหมิง ประเทศจีน วันที่ 3-4 มิถุนายน 2548

14) เส้นทางถนนจากแม่สาย-เชียงใหม่ (พม่า)-เมืองลา (พม่า)-จี่หรง (ยูนหนาน) และเส้นทางเรือผ่านแม่น้ำโขงจากท่าเรือเมืองจี่หรง-ท่าเรือเชียงแสน (เชียงราย) ระหว่างวันที่ 9-13 กรกฎาคม 2548

15) กว่างซี (กุ้ยหลิน-หลิวโจว-หนานหนิง-ผิงเสียง) กว่างตง (เชินเจิ้น-จูไห่) มาเก๊า-ฮ่องกง สำรวจเมืองและมณฑลภายใต้กลุ่ม Pan-Pearl River Delta ระหว่างวันที่ 19-26 กุมภาพันธ์ 2549

16) มหานครเป่ย์จิง-เจี๋ยโจว (มณฑลเหอหนาน)-ไท่หยวน (มณฑลซานซี)-ฉางซา (มณฑลหูหนาน)-หนานชาง (มณฑลเจียงซี) สำรวจตลาดมณฑลจีนตอนกลาง ระหว่างวันที่ 3-12 มีนาคม 2549

17) มหานครเป่ย์จิง-ซินหวงเต่า (มณฑลเหอเป่ย์)-ชิงเต่า (ซานตง) สำรวจท่าเรือและเส้นทางโลจิสติกส์รอบอ่าวโป๋ไห่และทะเลเหลือง ระหว่างวันที่ 25 มีนาคม – 2 เมษายน 2549

18) อุ๋ฮั่น (มณฑลหูเป่ย์)-เขื่อนสามโตรก-ล่องแม่น้ำฉางเจียง (แยงซีเกียง)-มหานครจงชิ่ง สำรวจตลาดและเส้นทางโลจิสติกส์ของจีนตอนกลาง ระหว่างวันที่ 10-18 เมษายน 2549

19) มหานครซางไห่-มณฑลเจ้อเจียง (เมืองอู่-เมืองหนิงโป) สำรวจตลาดและท่าเรือน้ำลึก ระหว่างวันที่ 18-25 เมษายน 2549

20) มาเก๊า-ฮ่องกง-เชินเจิ้น-ตงก่วน-จูไห่ สำรวจตลาดและท่าเรือน้ำลึก ระหว่างวันที่ 28 เมษายน – 2 พฤษภาคม 2549

21) มหานครเป่ย์จิง-ต้าเหลียน (มณฑลเหลียวหนิง)-ฉางชุน (มณฑลจี๋หลิน)-มหานครเทียนจิน สำรวจตลาด เส้นทางโลจิสติกส์และท่าเรือน้ำลึก ระหว่างวันที่ 12-18 พฤษภาคม 2549

ประวัตินักวิจัย 2

ชื่อ นายธานี ชัยวัฒน์

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วุฒิการศึกษา

2547: เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2542: บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงิน / การตลาด) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

2541: วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมโยธา) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ประสบการณ์ด้านการวิจัย

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “การแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจในประเทศไทย”

งานวิจัยที่สำคัญ ดร.ผาสุก พงษ์ไพจิตร (อาจารย์ที่ปรึกษา) (ได้คะแนนระดับดีมาก) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- “โครงการการเปลี่ยนแปลงและพลวัตการสะสมทุนในประเทศไทย”

ดร.ผาสุก พงษ์ไพจิตร (หัวหน้าโครงการ) เสนอต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

- “การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยภายใต้แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม” ดร.นวลน้อย ตริรัตน์ (หัวหน้าโครงการ) เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

- “โครงการศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยในการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจไปยังกลุ่มประเทศต่างๆ” เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

- “การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอุตสาหกรรมในประเทศไทยก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจ” ดร.นวลน้อย ตริรัตน์ (หัวหน้าโครงการ) เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

- “โครงการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาระเบียงตะวันออก-ตะวันตกกรณีเส้นทางหมายเลข 9” ดร.สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ (หัวหน้าโครงการ) เสนอต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

- “Industrial Policy and Industrialization; Thailand and Pakistan” Asad A.Sayeed, Ph.D. (Researcher) Executive Young Researcher Development Program, Cambridge University Scholarship

- “โครงการศึกษาศักยภาพและแนวโน้มทางการตลาดของประเทศคู่แข่ง” ดร.ชโยดม สรรพศรี (หัวหน้าโครงการ) เสนอต่อสถาบันอัญมณีและเครื่องประดับแห่งประเทศไทย

- “โครงการศึกษาวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับการที่จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน” ดร.ชโยดม สรรพศรี (หัวหน้าโครงการ) เสนอต่อกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

- “โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาปิโตรเคมี)” ดร.ชวนชัย อึ้งนันท์ (หัวหน้าโครงการ) เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ประวัตินักวิจัย 3

ชื่อ	นางสาวจุฬวดี วรศักดิ์โยธิน
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักวิจัย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)
วุฒิการศึกษา	
2536-2540	เศรษฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกียรตินิยม อันดับ 2)
2540-2541	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และการเงินระหว่างประเทศ (ศึกษาเป็นภาษาอังกฤษ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (Master of Arts in International Economic and Finances)
2542-2544	Master of Arts in Economics (The Highest Scholar) Michigan State University, Michigan, USA
ประสบการณ์	
2547- ปัจจุบัน	นักวิจัย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)
2545-2547	เจ้าหน้าที่บริหารความเสี่ยง (Research and Advisory) บริษัทเงินทุนทิสโก้จำกัด มหาชน
พ.ศ. 2544-2545	อาจารย์พิเศษ คณะวิทยาการจัดการ (วิชาเศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
อบรมและดูงาน	
ธ.ค. 2548	Workshop on teaching and research on the economic and legal aspects of international investment agreements, UNCTAD Virtual Institute
ต.ค. 2548	Symposium on Multilateral Trade Treaties and Developing Economies— Improving working-methods and enhancing the national regulatory framework —, International Trade Centre/UNCTAD
มี.ค. 2548	Training on international trade and competition, Conference Board of Canada

ประวัตินักวิจัย 4

ชื่อ	นางสาวอวยพร สุระทองไทย
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักวิจัยอิสระ
วุฒิการศึกษา	
พ.ศ. 2536-2539	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2544-2546	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (ศึกษาเป็นภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (Master Degree in International Relations: MIR)
ประสบการณ์ทำงาน	
2545-2546	นักวิจัยผู้ช่วย อ.อัครศรี พานิชสาส์น “มิติใหม่ความสัมพันธ์ไทย-จีนในเวทีเศรษฐกิจการค้าโลก: หลังจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO” ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2546
ธ.ค. 2546-มิ.ย. 2548	นักวิจัยผู้ช่วย รศ.วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน โครงการวิจัยร่วมเพื่อพัฒนารอบยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจระหว่างไทย-จีน โดยเน้นตำแหน่งและการเชื่อมโยงทางภูมิศาสตร์ ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ค.ค. 2547-ก.ย. 2548	นักวิจัยผู้ช่วย “โครงการวิจัย เรื่อง การเพิ่มศักยภาพในการท่องเที่ยวระหว่างภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยกับจีนตอนใต้โดยใช้ข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS)” โดยคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ม.ค.-ก.ย. 2548	นักวิจัยร่วม โครงการจัดทำหนังสือ “เศรษฐกิจจีน 11 มณฑลที่มีนัยสำคัญต่อไทย” โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ประสบการณ์อบรมและดูงาน	
มิ.ย.-ส.ค. 2546	นักศึกษาแลกเปลี่ยนในโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาหลักสูตรนานาชาติภาคฤดูร้อน (International Summer University Program 2003) ที่ Copenhagen Business School กรุงโคเปนเฮเกน เดนมาร์ก