

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง การขยายสู่ทางการค้าระหว่างประเทศจีนตอนใต้กับภาคเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การค้าตลอดจนแนวทางการขยายปริมาณและรูปแบบการค้าและบริการระหว่างภาคเหนือของประเทศไทยกับประเทศจีนตอนใต้

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ข้อมูลที่ใช้ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ประกอบการเอกชนที่ทำการค้ากับประเทศจีนและข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารในด้านการค้า การบริการ กฎ ระเบียบ และข้อมูลทางด้านสถิติ ตลอดจนนโยบายของรัฐในด้านการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน

ผลการศึกษาพบว่า มณฑลยูนนานตั้งอยู่ใกล้ชิดกับประเทศไทยมากที่สุดเมื่อเทียบกับมณฑลอื่นๆ ของสาธารณรัฐประชาชนจีน และมีความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม เนื่องจากมีแม่น้ำโขงเชื่อมโยงมณฑลยูนนานกับประเทศพม่า ลาว ไทย กัมพูชา และ เวียดนาม การดำเนินกิจกรรมความร่วมมือระหว่างไทย-ยูนนาน โดยการจัดตั้งคณะทำงานและกลไกความร่วมมือระดับทวิภาคีระหว่างไทย-ยูนนาน ที่พยายามให้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรี จีน-อาเซียน โดยเร็ว โดยมีเป้าหมายร่วมกันที่จะส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชนของทั้งสองฝ่ายในการเพิ่มพูนกิจกรรมการค้าการลงทุนระหว่างกันและเพื่อจัดอุปสรรคทางการค้าในลักษณะต่าง ๆ

จากความร่วมมือเบื้องต้น ทำให้ประเทศไทยเห็นโอกาสในการลงทุนและขยายตลาดสินค้าไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยผ่านประตูสำคัญ คือมณฑลยูนนาน ส่วนสาขาความร่วมมือที่ไทยมีศักยภาพในการพัฒนาความร่วมมือร่วมกับยูนนาน ได้แก่ ธุรกิจบริการนักท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจบันเทิงโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ธุรกิจโรงพยาบาลและบริการทางการแพทย์ ธุรกิจการเงินการธนาคาร ธุรกิจด้านการบริหารจัดการ หรือบรรษัทภิบาล ธุรกิจการบิน ธุรกิจการแปรรูปสินค้าเกษตรและธุรกิจการให้บริการจำหน่ายปลีกน้ำมันและก๊าซหุงต้ม เป็นต้น ส่วนสินค้าที่ประเทศไทยควรส่งเสริมการส่งออกไปยังมณฑลยูนนานเพิ่มขึ้น ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ข้าวสาลี ข้าวโพด ลำไยแห้งและลำไยสด ยางพารา ยางรถยนต์ น้ำมันปาล์ม อาหารทะเล ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนไก่ ผลไม้ไทย เครื่องประดับ สินค้าตกแต่งบ้านและผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ใหม่ๆ เช่น เนื้อกระเซ้ และเนื้อนกอกระทงเทศ

สิ่งที่นักลงทุนควรตระหนักและพิจารณาก่อนการลงทุนในสาธารณรัฐประชาชนจีน คือ ความแตกต่างกันในด้านกฎระเบียบทางการค้าและความแตกต่างที่หลากหลายในแต่ละมณฑล โดยการเรียนรู้กลยุทธ์ทางธุรกิจที่เน้นการเจาะตลาดในระดับมณฑลหรือท้องถิ่นในธุรกิจที่มีโอกาสหรือ

มีศักยภาพในการแข่งขัน โดยคำนึงถึงอุปนิสัยและพฤติกรรมทางบริโภคของคนแต่ละท้องถิ่นเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจการค้าควบคู่ไปด้วย เพื่อการเป็นหุ้นส่วนหรือคู่ค้าทางธุรกิจที่มั่นคง และยั่งยืนต่อไปในอนาคตระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved