

มั่นใจว่าผู้ซื้อที่ได้รับอนุญาตให้ใช้บัตรเครดิต ดังนั้นไม่จำเป็นต้องเปิดเผยหมายเลขบัตรเครดิตให้ผู้ขาย จากข้อ (2) และ (3) การตรวจสอบความถูกต้องและสร้างความมั่นใจให้ผู้ซื้อและผู้ขาย SET Protocol มีองค์กรที่เรียกว่า Certificate Authority ทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของ Digital Certificate

SET Protocol มีข้อได้เปรียบกว่า SSL Protocol คือ

- ผู้ขายไม่ทราบหมายเลขบัตรเครดิตของผู้ซื้อ ข้อดีคือป้องกันการโกงจากผู้ขาย ผู้ซื้อไม่ต้องกังวลใจว่าผู้ขายจะทำหมายเลขบัตรรั่วไหล เนื่องจากหมายเลขบัตรเครดิตธนาคารผู้ขายขายเท่านั้นสามารถอ่านได้

- SET Protocol ป้องกันการขโมยหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้ (โดยเจ้าของบัตรเครดิตเก็บรักษาบัตรเครดิตให้ดีและป้องกันไม่ให้ผู้อื่นรู้รหัสผ่าน) เมื่อซื้อสินค้าผู้ซื้อใส่รหัสผ่านเพื่อเลือกบัตรเครดิตออกมาใช้โดยผู้ซื้อสามารถเปลี่ยนรหัสผ่านนี้ได้ตามต้องการ

ปัจจุบัน SET (Secure Electronic Transaction Protocol) ยังไม่เป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายเนื่องจากฝ่ายต่าง ๆ เกี่ยวข้อง เช่น ธนาคาร บริษัท ร้านค้า ลูกค้า ต้องลงทุนสูงและดำเนินการหลายอย่างเพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และสำหรับธุรกิจบางประเภทประเมินว่าอาจไม่คุ้มค่ากับการลงทุน อย่างไรก็ตาม SET Protocol ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายบัตรเครดิต Visa และ Master Card และผู้ผลิตซอฟต์แวร์รายใหญ่ เช่น Microsoft ดังนั้นในอนาคตมาตรฐาน SET คงเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย

**เช็คอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cheque)** มีกระบวนการใช้งานเหมือนกับเช็คธรรมดาแต่เปลี่ยนสื่อจากการใช้กระดาษมาเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์แทน วิธีการชำระเงินโดยใช้เช็คอิเล็กทรอนิกส์คือ ผู้จ่ายเงินจะใช้เครื่องมือที่เป็นฮาร์ดแวร์ เช่น Smart Card เพื่อเซ็นเช็คโดยใช้ลายเซ็นดิจิทัลของตน ลายเซ็นดิจิทัลนี้เป็นรหัสพิเศษที่สร้างขึ้นโดยวิธีการเข้ารหัส เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้อื่นปลอมแปลงได้ จากนั้นก็จะส่งเช็คอิเล็กทรอนิกส์ไปยังผู้รับเงินโดยผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ผู้รับเงินก็จะเซ็นรับรองโดยใช้ลายเซ็นดิจิทัลของตนแล้วนำเช็คอิเล็กทรอนิกส์นี้ไปเข้าธนาคาร ธนาคารผู้รับเงินจะชำระบัญชีผ่านทางเครือข่าย Automate Clearinghouse

ระบบเช็คอิเล็กทรอนิกส์ให้ความปลอดภัยสูง เนื่องจากได้ออกแบบให้ใช้ฮาร์ดแวร์ในการเขียนลายเซ็นดิจิทัลเพื่อกำกับเช็ค ซึ่งการป้องกันการเจาะระบบเพื่อขโมยลายเซ็นยากกว่าการใช้ซอฟต์แวร์เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกและให้ประสิทธิภาพสูง โดยการส่ง

เช็คผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทนที่จะเดินทางเพื่อเอาเช็คเข้าธนาคารหรือใช้จดหมายเพื่อส่งเช็คระหว่างผู้จ่ายเงินและผู้รับเงิน ปัจจุบันระบบเช็คอิเล็กทรอนิกส์ยังไม่เป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากระบบนี้จำเป็นต้องวางโครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับลายเซ็นดิจิทัลและการใช้ Smart Card ให้เป็นมาตรฐานและใช้กันอย่างกว้างขวาง

**เงินสดอิเล็กทรอนิกส์หรือเงินสดดิจิทัล (Electronic Cash or Digital Cash)** ได้นำเอาข้อดีของการจ่ายเงินสด เช่น การจ่ายเงินสดไม่ต้องมีการบันทึกข้อมูลเหมือนบัตรเครดิตหรือเช็ค มีความรวดเร็วเพราะไม่ต้องรอการชำระบัญชี ดังนั้นระบบเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ได้รวบรวมเอาข้อดีของการชำระด้วยเงิน ผสมเข้ากับความสะดวกในการส่งเงินสดดิจิทัลผ่านทางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เช่น อินเทอร์เน็ต

เงินสดดิจิทัลเป็นตัวเลขหรือรหัสที่สร้างขึ้นจากคอมพิวเตอร์ ต้องมีผู้รับรองค่าเงินสดดิจิทัลจึงสามารถใช้แทนเงินสดได้ ผู้พิมพ์เงินสดดิจิทัลคือธนาคาร โดยธนาคารจะกำหนดหมายเลขของเงินสดดิจิทัลเหล่านั้นแล้วเช่นกำกับด้วยลายเซ็นดิจิทัลของธนาคาร เมื่อผู้ใช้ได้รับเงินสดดิจิทัลแล้ว สามารถนำไปใช้กับธุรกิจหรือบุคคลอื่นๆ ที่ยอมรับเงินสดดิจิทัล ผู้รับเงินสดสามารถตรวจสอบความถูกต้องของเงินสดดิจิทัลได้โดยใช้วิธีการถอดรหัสลายเซ็นดิจิทัล

**แนวโน้มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้นต่อไป ขณะที่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business หรือ B-to-B) เติบโตสูงบทบาทของสถาบันการเงินที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางการเงินอยู่ในสภาพแวดล้อมการแข่งขันสูงระหว่างสถาบันการเงินประเภทกลุ่มธนาคารซึ่งมีความพร้อม ประสบการณ์เหนือกว่าและได้รับความเชื่อถือสำหรับการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ แต่คู่แข่งซึ่งมิใช่สถาบันการเงินได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จำแนกการให้บริการเช่น บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส บริการชำระเงินทางออนไลน์ บริการโอนเงินระหว่างประเทศและบริการสินเชื่อ

บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส (Counter Service) เช่น 7-Eleven เคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

บริการชำระเงินทางออนไลน์และเชื่อมโยงข้อมูลกับสถาบันการเงิน เช่น บริการ e - Payment Gate Way เป็นบริการที่ส่งชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เมื่อติดต่อซื้อสินค้าบริการทาง Internet แล้ว บริการ e-market place เป็นตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ซื้อผู้ขายสามารถทำธุรกิจกับธุรกิจ (B - to - B) ธุรกิจกับผู้บริโภค (B - to - C)

บริการโอนเงินระหว่างประเทศโดยมีจุดรับติดต่อกับลูกค้าในห้างสรรพสินค้าที่ทำการ  
ของบริษัทและธนาคารที่เป็นตัวแทน เช่น บริษัท Western Union และ Money Gram เป็นต้น

บริการสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค โดยวิธีผ่อนชำระค่าสินค้าและบริการ เช่น บริษัท  
GE Capital บริษัทอออน ธนสินทรัพย์ จำกัด

อี-คอมเมิร์ซมีอัตราการขยายตัวสูง จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว  
ธุรกิจจำนวนมากนิยมทำการค้าในรูปแบบ อี-คอมเมิร์ซผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญ  
ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ประมาณมูลค่า อี-คอมเมิร์ซและโดยรวมสูงถึง 100,000 ล้านดอลลาร์  
สหรัฐฯ

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบกับสื่อเช่น สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ข้อได้เปรียบคือมี  
เครือข่ายที่มีขนาดใหญ่ครอบคลุมทั่วโลก รวดเร็ว และมีต้นทุนการผลิตต่ำ ปัจจัยเหล่านี้ผลักดันให้  
อี-คอมเมิร์ซเติบโตรวดเร็ว ประมาณว่าสิ้นปี 2003 จะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกจำนวนถึง 350 ล้านคน

ตลาด อี-คอมเมิร์ซในประเทศไทย ตลาดผู้ใช้ Internet ในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง  
การใช้ e-mail หรือการเข้าไปหาข้อมูลใน World Wide Web นับเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน  
ธุรกิจจำนวนมากค้าขายผ่าน Internet บริษัทต่าง ๆ นิยมโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทโดยมี Web  
Site เป็นของตัวเองมากขึ้น

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น มีข้อเสียเปรียบ เช่น  
เทคโนโลยี การพัฒนาและขาดแคลนบุคลากร รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ  
และเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือกันพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มโอกาสของธุรกิจ  
ระหว่างประเทศให้ขยายตัวกว้างมากขึ้น

การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจระหว่าง  
ประเทศ ยุคโลกไร้พรมแดนมีแนวทางดังนี้

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สนับสนุนการใช้พาณิชย์  
อิเล็กทรอนิกส์กับกิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME)  
โดยจัดการอบรมและสัมมนาให้กับผู้ประกอบการ SME เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจและกระตุ้น  
ให้ผู้ประกอบการ SME จัดให้มี Homepage (web) ของตนเองบน Web-Site ของกรมส่งเสริม  
อุตสาหกรรมโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและกระตุ้น SME ใน  
ประเทศไทยตื่นตัวและเห็นความจำเป็นในเรื่อง E-Commerce และช่วยในด้านการประชาสัมพันธ์  
เป็นหลัก

- รัฐบาลจะต้องหาแนวร่วมพันธมิตรทางด้านยุทธศาสตร์ กลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศในการเจรจาระหว่างประเทศ เพื่อให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีกติกาสากลที่เป็นธรรมกับทุกประเทศ

- รัฐบาลและเอกชนต้องร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดและเร่งด่วนเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่ง รวมถึงสมรรถนะด้านการแข่งขันให้แก่สถาบันองค์กรที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น กรมศุลกากรได้นำระบบ EDI มาใช้

- รัฐบาลต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาคุณภาพและบริการควรดำเนินการอย่างเร่งด่วน เพื่อให้ทุกคนเข้าถึงอี-คอมเมิร์ซได้อย่างเท่าเทียมใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริงและเปิดให้มีการประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไปด้วย

- รัฐบาลต้องมีการวางแผนระยะยาวเกี่ยวกับการใช้ระบบ อี-คอมเมิร์ซทั้งในเรื่องของการออกกฎหมายตามหลักสากลและกฎหมายข้างเคียง เช่น เรื่องภาษีสนับสนุนหรือเป็นผู้จัดตั้งหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ดูแลการใช้มาตรฐานต่าง ๆ รวมทั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็น Certificate Authority เพื่อรับรองความถูกต้องของ Digital Signature

สำหรับการทำอี-คอมเมิร์ซเต็มรูปแบบผู้ประกอบการจะต้องใช้บริการของบริษัทเอกชนที่ให้บริการโดยเฉพาะ ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะมีเครือข่ายด้านการเงิน การขนส่งสินค้าไว้ให้บริการด้วย

#### กิจกรรมที่ 4

ให้นักศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้ E – Commerce ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

## จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและผลกระทบ

ความเป็นมาสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ปรับเปลี่ยนและพัฒนาเศรษฐกิจ เริ่มตั้งแต่ปี 2521 เป็นต้นมา จากเดิมคือการวางแผนเศรษฐกิจจากส่วนกลางมาเป็นเศรษฐกิจการตลาดในระหว่างปี 2521 – 2538 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ปี 2545

ประมาณการว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 ความเป็นอยู่ของประชาชนจีนดีขึ้น ทั้งด้านสวัสดิการสังคม รายได้สูงขึ้น อย่างไรก็ตามในช่วงปรับเปลี่ยนมาเป็นเศรษฐกิจการตลาด ประเทศจีนมีความจำเป็นต้องพึ่งพาแรงกระตุ้นของการตลาดและการเปิดตลาดเสรีการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ ปัจจุบันจีนมีประชากรไม่รู้หนังสือไม่ถึงร้อยละ 10 จากจำนวนประชากรประมาณ 1.2 พันล้านคน

สาธารณรัฐประชาชนจีนใช้ความพยายามมากกว่า 13 ปี ที่จะเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) หลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) เมื่อเดือนธันวาคม 2544 มีผลให้ตลาดการลงทุนเปิดเสรีมากขึ้น จีนสามารถดึงดูดเงินทุนจากต่างประเทศจำนวนมหาศาล เนื่องจากนักลงทุนต่างประเทศจำนวนมากเข้าไปดำเนินการผลิตสินค้าในประเทศจีน เพื่อลดต้นทุนให้มีข้อได้เปรียบในเชิงแข่งขันสู่ตลาดโลก ส่งเสริมให้สาธารณรัฐประชาชนจีนกลายเป็นโรงงานผลิตของโลก ปัจจุบันจีนเป็นคู่แข่งสำคัญที่น่ากลัวของเอเชียที่มีภาวะเศรษฐกิจเติบโตต่อปีสูงถึงร้อยละ 7-8 และการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี องค์การสหประชาชาติได้ประมาณการลงทุนจากต่างประเทศในประเทศจีนปี 2544 มีจำนวนสูงถึง 50,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งมากกว่าการลงทุนจากประเทศในเอเชียรวมกันทั้งหมด

### ตารางที่ 7.7

#### เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจประเทศจีน

Economic Indicators	
จำนวนประชากร (2002F)	1,283.4 ล้านคน
GDP (2002F) (at PPP)	7,137 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth (2001) , (2002F)	7.4%, 7.6%
GDP Percapita (2002F) (at PPP)	5,580 เหรียญสหรัฐฯ
Total Export 2002 (ม.ค. – ก.ค.) (% Δ 02/01)	171, 249 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (15.84%)
สินค้าส่งออก – เครื่องใช้ไฟฟ้า, เครื่องจักร, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม, รองเท้าและชิ้นส่วน	
ส่งออกไปประเทศ – สหรัฐฯ 21% ฮองกง 18% ญี่ปุ่น 15% เกาหลีใต้ 4% เยอรมัน 3%	

- ที่มา :
1. EIU Country Data, มิถุนายน 2002 E = ประมาณการ F = ค่าคะแนน PPP = Purchasing power parities
  2. World Trade Atlas
  3. ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ปี 2002 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ปี 2546 คณะกรรมการวางแผนเศรษฐกิจของจีนได้ประมาณการว่าเศรษฐกิจจีนยังคงมีเสถียรภาพเพราะมีปัจจัยพื้นฐานสนับสนุน คาดว่าจะขยายตัวในอัตราร้อยละ 7.9-8.2 โดยค้ำึงถึงปัจจัยสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ด้านการส่งออกปี 2546 จะขยายตัวต่ำกว่าปี 2545 เหลือเพียงประมาณร้อยละ 10 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกมีปัจจัยผันผวน เช่น ภาวะสงครามราคาน้ำมันและภาวะอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยเฉพาะดอลลาร์สหรัฐ

อย่างไรก็ดีจีนให้ความสำคัญและพยายามพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูง โดยอาศัยเงินทุนและノウฮาวเทคโนโลยีจากต่างประเทศไปพัฒนาอุตสาหกรรมที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เช่น รถยนต์เซมิคอนดัคเตอร์ ส่วนประกอบเครื่องจักรแบบอื่น ๆ และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น จีนได้ร่วมมือกับผู้ผลิตต่างประเทศ ในการพัฒนาการผลิตให้มีความก้าวหน้ามากขึ้น ในปี 2546 จีนได้ใช้งบประมาณสนับสนุนกิจกรรมวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีกว่า 100,000 ล้านดอลลาร์หรือประมาณ 1.1 ของมูลค่า GDP เพื่อการศึกษาและการวิจัยด้านต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงเข้ากับกระบวนการผลิต

## การค้าระหว่างประเทศของประเทศจีนกับตลาดโลก

### 1. มูลค่าการค้ารวม

1.1 มูลค่าการค้ารวมของประเทศจีนกับตลาดโลก ในปี 2545 มีมูลค่ารวม 620,944.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 110,716.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.70 แบ่งเป็นการส่งออก 325,642.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ การนำเข้า มูลค่า 295,302.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศจีนเกินดุลการค้าโลกปี 2544 ร้อยละ 31.37

1.2 มูลค่าการค้ารวมของประเทศจีนกับไทย ในปี 2545 มีมูลค่ารวม 8,557.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 1,341.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.59 แบ่งเป็นการส่งออก 2,959.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ การนำเข้า 5,598.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศจีนขาดดุลการค้าไทยปี 2545 เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 2,639.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ร้อยละ 19.48

## ตารางที่ 7.8

### การค้าระหว่างประเทศของสาธารณรัฐประชาชนจีน ปี 2545

มูลค่า ดุลการค้า	จีน – โลก		จีน - ไทย	
	มูลค่า-ล้านเหรียญสหรัฐฯ	% เพิ่มลด	มูลค่า-ล้านเหรียญสหรัฐฯ	%เพิ่มลด
มูลค่าการค้ารวม	620,944.98	21.70	8,557.54	18.59
ส่งออก	325,642.01	22.12	2,959.01	18.19
นำเข้า	295,302.91	21.24	5,598.53	18.79
ดุลการค้า	30,339.16	31.37	-2,639.52	19.48

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

## 2. การนำเข้า

### 2.1 การนำเข้าจากตลาดโลก

2.1.1 ในปี 2545 ประเทศจีน นำเข้าจากตลาดโลกมีมูลค่า 295,302.9 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 51,735.86 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.24

2.1.2 แหล่งนำเข้าสำคัญ 5 อันดับแรกจากตลาดโลกปี 2545

ตารางที่ 7.9  
การนำเข้าจากตลาดโลก

ประเทศ	มูลค่า: ล้านเหรียญ สหรัฐฯ	สัดส่วน%	%เพิ่ม/ลด	สินค้านำเข้าสำคัญ/สัดส่วน (ร้อยละ)
มูลค่าการนำเข้ารวม	295,302.91	100.00	21.24	เครื่องใช้ไฟฟ้า 30.47%, เครื่องจักร 21.73%, เครื่องมือวิทยาศาสตร์ฯ 6.45%, เหล็กและ เหล็กกล้า 6.37%, พลาสติกและผลิตภัณฑ์ 5.56%
1 ญี่ปุ่น	53,489.04	18.11	24.94	
2 ไต้หวัน	38,082.48	12.90	39.27	
3 เกาหลีใต้	28,580.98	9.68	22.16	
4 สหรัฐอเมริกา	27,227.90	9.22	3.91	
5 เยอรมนี	16,433.80	5.57	20.00	
11 ไทย	5,598.53	1.90	18.79	
อื่นๆ	125,890.18	42.62	19.43	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์



2.1.3 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่ประเทศจีนนำเข้าจากตลาดโลก ปี 2545

ตารางที่ 7.10

สินค้านำเข้าจากตลาดโลกของประเทศจีน ปี 2545

สินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญ สหรัฐฯ)	สัดส่วน%	%เพิ่ม/ลด	สินค้านำเข้า/สัดส่วน (ร้อยละ)
1 เครื่องใช้ไฟฟ้า	73,311.09	24.83	31.12	ญี่ปุ่น 22.23%, ไต้หวัน 15.91%, เกาหลีใต้ 12.16%, สหรัฐอเมริกา 7.71%, มาเลเซีย 6.23%, (11) ไทย 1.70%
2 เครื่องจักร	52,194.72	17.68	28.69	ญี่ปุ่น 22.27%, ไต้หวัน 12.24%, เยอรมนี 12.13% อเมริกา 10.56%
3 แร่และเชื้อเพลิง	19,327.43	6.55	10.14	ซาอุดีอาระเบีย 12.74%, อิหร่าน 10.76%, โอมาน 7.47%, เกาหลีใต้ 6.88%, รัสเซีย 6.64%(16) ไทย 1.80%
4 พลาสติกและผลิตภัณฑ์	17,379.78	5.89	13.87	ไต้หวัน 23.52%, ญี่ปุ่น 17.11%, เกาหลีใต้ 16.52%, สหรัฐอเมริกา 7.20%, สิงคโปร์ 5.41%, (6) ไทย 4.46%
5 เครื่องมือวิทยาศาสตร์การแพทย์ ถ้วยรูปและภาพยนตร์	13,477.89	4.56	37.84	ญี่ปุ่น 25.60%, ไต้หวัน 19.09%, สหรัฐอเมริกา 15.75%, เกาหลีใต้ 9.45%, เยอรมนี 7.63%, (15), ไทย 0.69%
อื่นๆ	119,612.00	40.49	14.45	
มูลค่าการนำเข้ารวม	295,302.91	100.00	21.24	

## 2.2 การนำเข้าจากประเทศไทย

2.2.1 ในปี 2545 ประเทศจีนนำเข้าจากประเทศไทยมีมูลค่า 5,598.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 885.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.79

2.2.2 การนำเข้าของประเทศจีนจากประเทศไทย ปี 2545

### ตารางที่ 7.11

#### สินค้าออกของประเทศไทย ปี 2545

สินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญ สหรัฐ)	สัดส่วน%	%เพิ่ม/ลด	สินค้านำเข้า/สัดส่วน (ร้อยละ)
1 เครื่องใช้ไฟฟ้า	1,247.87	22.29	38.06	ญี่ปุ่น 22.23%, ไต้หวัน 15.91%, เกาหลีใต้ 12.16%, สหรัฐอเมริกา 7.71%, มาเลเซีย 6.23%, (11) ไทย 1.70%
2 เครื่องจักร	1,107.31	19.78	14.67	ญี่ปุ่น 22.27%, ไต้หวัน 12.24%, เยอรมนี 12.13%, สหรัฐอเมริกา 10.56%, เกาหลีใต้ 5.92%, ไทย 2.12%
3. พลาสติกและ ผลิตภัณฑ์	774.62	13.84	16.56	ไต้หวัน 23.52%, ญี่ปุ่น 17.11%, เกาหลีใต้ 16.52%, สหรัฐอเมริกา 7.20%, สิงคโปร์ 5.41%, (6) ไทย 4.46%
4. ขางพารา และผลิตภัณฑ์	490.73	8.77	21.09	(1) ไทย 19.89%, ญี่ปุ่น 18.14%, ไต้หวัน 12.54%, เกาหลีใต้ 7.79%, มาเลเซีย 6.73%, สหรัฐอเมริกา 6.21%
5. แร่และเชื้อ เพลิง	348.40	6.22	4.28	ซาอุดีอาระเบีย 12.74%, อิหร่าน 10.76%, โอมาน 7.47%, เกาหลีใต้ 6.88%, รัสเซีย 6.64%, (1) ไทย 1.80%
อื่นๆ	1,629.60	29.10	13.22	
มูลค่าการนำเข้า ของจีนจากไทย	5,598.53	100.00	18.79	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ข้อสังเกต กลุ่มสินค้าที่ไทยส่งออกไปจีนเพิ่มขึ้นได้แก่ กลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องจักร กลุ่มสินค้าพลาสติกและผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าแร่และเชื้อเพลิง สำหรับสินค้าที่ไทยส่งออกไปจีนลดลง ได้แก่ กลุ่มสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

### 3. การส่งออก

#### 3.1 การส่งออกไปตลาดโลก

3.1.1 ในปี 2545 ประเทศจีนส่งออกไปตลาดโลกมีมูลค่า 325,642.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 58,980.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.12

3.1.2 การส่งออกของประเทศจีนไปตลาดโลก ปี 2545

ตารางที่ 7.12

การส่งออกของประเทศจีนไปตลาดโลก ปี 2545

ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญ สหรัฐ <sup>(1)</sup> )	สัดส่วน%	%เพิ่ม/ลด	สินค้านำเข้า/สัดส่วน (ร้อยละ)
1. สหรัฐอเมริกา	69,959.40	21.48	28.79	เครื่องใช้ไฟฟ้า 20.28%, เครื่องจักร 17.23%, ของเล่นและเครื่องกีฬา 7.75%, รองเท้าและชิ้นส่วน 7.22%, เฟอร์นิเจอร์และเครื่องเคียง 6.63%
2. อังกฤษ	58,483.26	17.96	25.76	เครื่องใช้ไฟฟ้า 24.46%, เครื่องจักร 19.33%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าทอ 6.37%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าดัก 5.19%, ผ้าและผ้าฝืน 3.63%
3. ญี่ปุ่น	48,483.03	14.89	7.55	เครื่องใช้ไฟฟ้า 17.56%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าทอ 13.18%, เครื่องจักร 11.63%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าดัก 9.09%, แร่และเชื้อเพลิง 3.95%
4. เกาหลีใต้	15,507.99	4.76	23.63	เครื่องใช้ไฟฟ้า 20.16%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าดัก 7.08%, แร่และเชื้อเพลิง 7.07%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าทอ 6.91%, เครื่องจักร 5.97%
5. เยอรมนี	11,381.97	3.50	16.63	เครื่องใช้ไฟฟ้า 28.22%, เครื่องจักร 15.63%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าทอ 4.84%, เครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ 3.93%, ของเล่นและเครื่องกีฬา 3.76%
18. ไทย	2,959.01	0.91	18.19	เครื่องใช้ไฟฟ้า 27.99%, เครื่องจักร 24.91%, เคมีภัณฑ์อนินทรีย์ 3.75%, เหล็กและเหล็กกล้า 3.16%, เคมีภัณฑ์เบ็ดเตล็ด 2.73%
อื่นๆ	118,867.41	36.50	23.88	
มูลค่าการส่งออก รวม	325.642/07	100.00	22.12	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

3.1.3 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่ประเทศจีนส่งออกไปตลาดโลก ปี 2545

ตารางที่ 7.13

สินค้าส่งออกของประเทศจีนไปตลาดโลก ปี 2545

สินค้า	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐฯ	สัดส่วน %	เพิ่ม/ลด %	ตลาดส่งออกสำคัญ/สัดส่วน (ร้อยละ)
1 เครื่องใช้ไฟฟ้า	65,151.68	20.01	26.95	ฮ่องกง 21.96%,สหรัฐอเมริกา 21.77%,ญี่ปุ่น 13.07% เยอรมนี 4.93%,เกาหลีใต้ 4.80% (12) ไทย 1.27%
2 เครื่องจักร	50,851.41	15.62	51.23	สหรัฐอเมริกา 23.71%,ฮ่องกง 22.23%,ญี่ปุ่น 11.09%,เนเธอร์แลนด์ 6.03%, เยอรมนี 3.50%, (11) ไทย 1.45%
3. เครื่องนุ่งห่ม - ผ้าทอ	20,590.72	6.32	8.56	ญี่ปุ่น 31.03%,ฮ่องกง 18.09%,สหรัฐอเมริกา 11.20%,เกาหลีใต้ 5.33%, เยอรมนี 2.68% , (54) ไทย 0.06%
4 เครื่องนุ่งห่ม - ผ้าถัก	15,987.98	4.91	18.74	ญี่ปุ่น 27.55%,ฮ่องกง 17.98%,สหรัฐอเมริกา 8.86%,เกาหลีใต้ 6.71%,ออสเตรเลีย 3.12%,(55) ไทย 0.08%
5. ของเล่น เครื่องกีฬาและ ส่วนประกอบ	11,606.20	3.56	27.76	สหรัฐอเมริกา 46.72%,ฮ่องกง 14.18%,เนเธอร์แลนด์ 7.20%,ญี่ปุ่น 6.58%,สหราชอาณาจักร 4.13%,(41) ไทย 0.10%
อื่น ๆ	161,454.08	49.58	15.16	
รวม	325,642.07	100.00	22.12	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

### 3.2 การส่งออกไปประเทศ

3.2.1 ในปี 2545 ประเทศจีนส่งออกไปประเทศไทยมีมูลค่า 2,959.01 (ล้านเหรียญสหรัฐ) เพิ่มขึ้นจากปี 2544 มีมูลค่า 455.46 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.19

3.2.2 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่ประเทศจีนส่งออกไปประเทศไทย ปี 2545

ตารางที่ 7.14

#### สินค้าออกสำคัญของประเทศจีน

มูลค่าการส่งออก ไปไทย	มูลค่า ล้านเหรียญ สหรัฐ	สัดส่วน (%)	เพิ่ม/ลด (%)	ตลาดส่งออกสำคัญ (ร้อยละ)
1 เครื่องใช้ไฟฟ้า	828.17	27.99	42.78	ฮ่องกง 21.96%, สหรัฐอเมริกา 21.77%, ญี่ปุ่น 13.07%, เยอรมนี 4.93%, เกาหลีใต้ 4.80% (12) ไทย 1.27%
2 เครื่องจักร	737.01	24.91	16.76	สหรัฐอเมริกา 23.71%, ฮ่องกง 22.23%, ญี่ปุ่น 11.09%, เนเธอร์แลนด์ 6.03%, เยอรม นี 3.50%, (11) ไทย 1.45%
3 เคมีภัณฑ์ อินทรีย์	110.85	3.75	13.21	ญี่ปุ่น 18.54%, สหรัฐอเมริกา 15.55%, เกาหลีใต้ 8.91%, อินโดนีเซีย 4.41%, (5) ไทย 3.66%, ไต้หวัน 3.63%
4 เคมีภัณฑ์ อินทรีย์	93.58	3.16	8.34	สหรัฐอเมริกา 14.91%, อินเดีย 9.76%, ญี่ปุ่น 7.88%, เยอรมนี 7.05%, เกาหลีใต้ 6.83%, (15) ไทย 1.68%
5 เคมีภัณฑ์ เบ็ดเตล็ด	80.83	2.73	22.15	เกาหลีใต้ 19.16%, ญี่ปุ่น 14.23%, สหรัฐ อเมริกา 10.53% ฮ่องกง 10.01%, ไต้หวัน 7.85%, (5) ไทย 3.50%
อื่น ๆ	1,108.57	37.46	6.41	
รวม	2,959.01	100.00	18.19	

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

### ผลกระทบการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของจีน

ตลาดโลก การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของสาธารณรัฐประชาชนจีนส่งผลกระทบ ดังต่อไปนี้

- จีนจะมีฐานะเป็นกลจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเมื่อประเทศสำคัญทางเศรษฐกิจ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป
- จีนกลายเป็นคู่แข่งสำคัญในการลงทุนและการผลิตที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชีย

ที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ได้คาดการณ์ว่าการลงทุนโดยตรง (Foreign Direct Investment) ในประเทศจีน ปี 2545 และปีต่อ ๆ ไป ยังคงอยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศที่มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสูงสุดในภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากประเทศจีนมีความได้เปรียบ (1) การผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำ ทำให้จีนกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตของโลกและ (2) จีนมีทรัพยากรธรรมชาติและวัตถุดิบอุดมสมบูรณ์ จีนมีความสามารถในการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและมีศักยภาพที่จะกลายเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจรายใหม่แทนประเทศญี่ปุ่นในทวีปเอเชีย

### การเติบโตของจีนในตลาดสหรัฐอเมริกา

นับตั้งแต่สาธารณรัฐประชาชนจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) เมื่อเดือนธันวาคม 2544 เป็นต้นมา สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าจากจีนมูลค่าเพิ่มขึ้น

#### ตารางที่ 7.15

#### สินค้านำเข้า

ปี	สินค้านำเข้า ล้านเหรียญสหรัฐ	เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)
2543	100,018.4	-
2544	102,278.3	2.26
2545 (ม.ค. - ก.ย.)	89,534.0	19.09

ปริมาณการค้าเพิ่มขึ้นของจีนในตลาดสหรัฐอเมริกา ทำให้สินค้าเงินเข้าไปแทนที่สินค้าญี่ปุ่นในฐานะที่เป็นแหล่งอุปทาน (Supply) สินค้านำเข้าอันดับที่สามของสหรัฐฯ รองจากแคนาดา และเม็กซิโกและเป็นที่คาดหวังว่าเงินจะขยับขึ้นเป็นอันดับที่สองแทนที่เม็กซิโกในเร็ว ๆ นี้ เนื่องจากได้มีการย้ายฐานการผลิตจากเม็กซิโกไปยังประเทศจีนอย่างต่อเนื่องและจำนวนเพิ่มขึ้น เหตุผลคืออัตราค่าแรงงานจีนต่ำอยู่ระหว่าง 0.35 – 1 เหรียญต่อชั่วโมง เปรียบเทียบกับเม็กซิโก 2.0-2.50 เหรียญต่อชั่วโมง

จีนสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากคู่ค้าหลักดั้งเดิมของสหรัฐฯ เช่น แคนาดา เม็กซิโก และปาเกิสถาน จากสถิติ (ม.ค. – มิ.ย. 2545) จีนสามารถส่งออกสินค้าสิ่งทอชั้นใน ชุดนอน ถุงมือ ผ้าถัก และกระเป๋ากันน้ำ เพิ่มขึ้นเทียบกับระยะเดียวกับปีก่อนถึงร้อยละ 119 จีนเป็นแหล่งอุปทานสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ใหญ่ที่สุดของสหรัฐฯ สามารถตีตลาดสินค้าจากแคนาดาและเม็กซิโก เป็นที่น่าวิตกว่า 1 มกราคม 2548 ระบบโควตาส่งของจะหมดอายุลงโดยสมบูรณ์ รัฐบาลและภาคเอกชนสหรัฐฯ เริ่มวิตกกังวลว่าหากไม่มีความพยายามหยุดยั้งการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน สินค้าเงินคงทำให้ระบบการค้าระหว่างประเทศถูกบิดเบือนผิดรูปแบบ โดยเฉพาะตลาดสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐฯ ได้รับผลกระทบอย่างหนัก ผลทางบวก ผู้บริโภคสหรัฐฯ ซื้อสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปราคาต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน บริษัทค้าปลีกหลายแห่งในสหรัฐอเมริกา ยินยอมขายสินค้าราคาถูก คือสินค้านำเข้าจากจีน เช่น บริษัท Wal – Mart Stores ได้เปิดบริษัทขึ้นในจีนเพื่อทำหน้าที่จัดหาสินค้าเงินป้อนร้านค้าในสหรัฐอเมริกาโดยเฉพาะ

### ผลกระทบตลาดคู่แข่งจีน เมื่อจีนเป็นสมาชิก WTO

การนำเข้าสินค้าเงินที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในตลาดสหรัฐฯ มีผลต่อประเทศคู่แข่งจีน เพราะตลาดสหรัฐฯ เป็นตลาดใหญ่ สินค้าที่ผลิตออกมาไม่สามารถสู้ราคาสินค้าจากจีนได้ นอกจากนั้นยังมีผลต่อการลงทุนทั้งในประเทศคู่แข่งจีนได้ส่งผลกระทบต่อประเทศสหรัฐอเมริกาเองที่ผู้ประกอบการหลายรายได้ย้ายฐานการผลิตออกไปลงทุนในประเทศจีนมากขึ้น การครองตลาดนำเข้าของจีนคาดว่าจะยังคงดำเนินอยู่ต่อไปอย่างไม่หยุดยั้งและคาดว่าจะขยายวงไปยังสินค้าประเภทต่างๆ เพิ่มมากขึ้น สำหรับประเทศไทยได้วิตกกังวลในอนาคตคงเป็นปัญหาสำคัญและนับวันยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยเหตุผลดังนี้



1. ชนิดของสินค้าจากจีนที่ส่งเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯได้ขยายตัวออกไปมีหลากหลายประเภท ซึ่งหมายถึงชนิดของสินค้าที่ถูกคิดตลาดจากจีนจะมีหลายประเภทและเพิ่มปริมาณขึ้นเรื่อย ๆ

2. สถานะเศรษฐกิจสหรัฐฯและลักษณะการบริโภคของสหรัฐฯในปัจจุบันมีส่วนสนับสนุนการเติบโตของสินค้าจีนในตลาดสหรัฐฯเป็นอย่างมาก เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจสหรัฐฯได้อ่อนตัวลงและผู้บริโภคสหรัฐฯใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้น ทำให้สินค้าที่มีราคาถูกมีช่องทางขยายตัวมากในตลาดสหรัฐฯ ยิ่งสถานะเศรษฐกิจอ่อนตัวยาวนานไปเท่าใดย่อมเปิดโอกาสให้สินค้าจีนเข้าสู่สหรัฐฯ และสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคของสหรัฐฯ เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

3. การออกแบบสินค้าของจีนเป็นมาตรฐานสากลมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้การแข่งขันกับประเทศจีนเป็นไปด้วยความยากลำบากมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสินค้าจากประเทศไทยหลายๆรายการยังคงมีการออกแบบที่ไม่เป็นมาตรฐานสากลที่เป็นที่นิยมในตลาดสหรัฐฯ

4. บริษัทค้าปลีกของสหรัฐฯหลายบริษัทยึดเอาจีนเป็นแหล่งอุปทานหลักสำหรับสินค้าราคาต่ำที่บริษัทวางจำหน่าย หมายถึงว่าโอกาสที่ประเทศไทยจะเข้าถึงผู้ซื้อรายใหญ่จะห่างไกลและยากลำบากยิ่ง

5. คุณภาพของสินค้าจีนมีการพัฒนาขึ้นจนถึงระดับที่ผู้บริโภคในสหรัฐฯยอมรับในคุณภาพว่ามีคุณภาพดี หมายถึงว่า ข้ออ้างของผู้ผลิตไทยที่ว่าสินค้าจากประเทศไทยมีคุณภาพดีกว่าสินค้าจีนจะไม่สามารถนำมาใช้ได้อีกต่อไป และการเอาชนะใจผู้บริโภคสหรัฐฯจะเป็นได้ยากยิ่งขึ้น

6. ผู้ประกอบการและผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก รวมทั้งของสหรัฐอเมริกาเองได้ย้ายฐานการผลิตไปยังจีนเพิ่มมากขึ้น หมายถึงว่าสินค้าของจีนมีการขยายประเภทของสินค้า มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีและความรู้ ตลอดจนโอกาสขยายตลาดไปยังตลาดอื่น ๆ กว้างมากยิ่งขึ้น

7. แม้ว่าสินค้าจีนจะได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นในระดับที่เข้าสู่มาตรฐาน แต่ยักรักษาระดับราคาไว้ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งและไม่มีท่าทีว่าราคาสินค้าจากจีนจะขยับตัวสูงขึ้นในอนาคตอันใกล้เลย หมายถึงว่าโอกาสทางการแข่งขันทางด้านราคากับจีนเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น

ประเทศไทยจำเป็นต้องตระหนักถึงการแข่งขันกับจีนไม่เฉพาะในตลาดสหรัฐฯ แต่ต้องคำนึงถึงทุกตลาด เพราะจีนเป็นคู่แข่งที่มีความแข็งแกร่ง ตลาดเฉลี่ยในเรื่องการค้า มีความเพียรพยายาม ซึ่งหากได้เรียนรู้เทคโนโลยีจะสามารถพัฒนาให้ก้าวได้ไกลมากกว่าชาติไหนๆ จึงนับได้ว่าเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวมาก ประเทศไทยไม่ควรนิ่งนอนใจ ควรจะได้ศึกษา การวางแผน และหากลยุทธ์โดยเป็นความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเตรียมหาทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวแต่เนิ่น ๆ

## ผลกระทบการเป็นสมาชิก WTO ของจีนที่มีต่อประเทศไทย

### 1. ด้านการลงทุน

1.1 นักลงทุนไทยสนใจที่จะเข้าไปตั้งโรงงานในจีนมากกว่าที่นักลงทุนจีนเข้ามาลงทุนในประเทศไทยและโอกาสที่จีนจะเข้ามาลงทุนในไทยคงไม่ขยายตัวมาก เนื่องจากจีนมีนโยบายในการควบคุมการไหลออกของเงินทุนและมีความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิตและแรงงานราคาถูกในประเทศ

1.2 การลงทุนจากต่างประเทศเข้าไปในจีนมากขึ้น การลงทุนต่างประเทศที่กำลังจะเข้ามาในประเทศไทยหรืออยู่ในไทยอยู่แล้วมีแนวโน้มที่จะย้ายฐานการผลิตเข้าไปจีนเป็นจำนวนมาก ๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเบาได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศจีนมาก เช่น การผลิตรองเท้า เครื่องหนังและของเล่น เป็นต้น

โอกาสที่ประเทศไทยแข่งขันกับจีนคงยากมาก เนื่องจากจีนเป็นประเทศใหญ่ มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าประเทศไทยและมีทรัพยากรพื้นฐานมาก ประกอบกับกฎหมายของจีนยินยอมให้บริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศจีนสามารถถือหุ้นข้างมากในบริษัทได้ นับได้ว่าเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้มีการไหลเข้าของการลงทุนจากต่างชาติเพิ่มมากขึ้น

2. การแข่งขันระหว่างไทยกับจีนในตลาดประเทศที่สาม ตลาดประเทศที่สามได้กลายเป็นตลาดแข่งขันเพื่อการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของไทยและจีน เนื่องจาก

- โครงสร้างการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของไทยและจีนที่คล้ายคลึงกัน หรือสามารถทดแทนกันได้ เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าสินค้าสิ่งทอ
- สักยภาพในการผลิตและความได้เปรียบทางด้านแรงงานและวัตถุดิบประเทศจีนมีความได้เปรียบมากกว่าไทย เช่น เหล็ก และเหล็กกล้า
- สักยภาพการผลิตและเทคโนโลยีของจีนที่ใกล้เคียงกับไทยและมีการผลิตที่หลากหลายชนิด สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดี เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง อุปกรณ์กีฬา รองเท้า ของเล่น ส่วนประกอบแผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องเล่นวีดีโอและเครื่องเสียง

3. ด้านการค้า ผลกระทบของการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของจีนต่อประเทศไทยมีทั้งด้านบวกและลบ ดังนี้

ด้านบวก ประเทศไทยสามารถส่งสินค้าเกษตรเข้าไปจำหน่ายในประเทศจีนเพิ่มขึ้นตามระบบโควตาภาษี ได้แก่ ข้าวเมล็ดข้าวและผลิตภัณฑ์ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำตาล

ทราย ผลิตภัณฑ์กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง (โดยเฉพาะกุ้งกุลาดำ)และผลไม้ (เช่น ลำไยสดหรือแห้ง ทุเรียน มะม่วง มังคุด ส้มโอ ฝรั่ง และกล้วยไข่)

ด้านลบ สินค้าเกษตรสำคัญของจีนหลายรายการได้กลายเป็นคู่แข่งสินค้าไทยทั้งในตลาดไทยและตลาดโลก เพราะสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ประเทศจีนสามารถผลิตและส่งออกเป็นรายใหญ่ของโลก ได้แก่

- สินค้าจีนที่คาดว่าจะแย่งส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดโลก เช่น กุ้งสดแช่แข็ง (ตลาดสหรัฐอเมริกา) ไข่สดแช่แข็ง ผักสดแช่แข็ง (ตลาดญี่ปุ่น) ลำไย (ตลาดสิงคโปร์และฮ่องกง)
- สินค้าจีนที่คาดว่าจะเข้ามาในไทยมากเช่นเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป กระเทียม ใบชา เป็นต้น

ผลกระทบต่อสินค้าสำคัญของไทย ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับอุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์และตกแต่งสิ่งทอ อาหารสำเร็จรูป อุตสาหกรรมทอผ้าและรองเท้า

### อัญมณีและเครื่องประดับ

1. การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน ทำให้ประเทศคู่ค้าของจีนต้องเปิดตลาดเครื่องประดับอัญมณีให้แก่จีนด้วย ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้จีนสามารถส่งเครื่องประดับทองคำเข้ามาจำหน่ายในประเทศคู่ค้ารวมทั้งประเทศไทยได้อีกด้วย
2. หลังจากที่จีนเปิดตลาดการค้าเสรี จะส่งผลให้จีนมีความต้องการพลอยสี เพื่อนำไปผลิตเป็นเครื่องประดับประกอบทองคำเพิ่มมากขึ้น

### อุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ และตกแต่งสิ่งทอ

1. ไทยได้เปรียบด้านเทคโนโลยีและแรงงาน (ค่าแรงงานจีนไม่ต่ำกว่าค่าแรงงานไทยมากนัก)
2. จีนได้เปรียบด้านต้นทุนขนส่งและวัตถุดิบในการผลิตที่ถูกกว่าเพราะมีพื้นที่อำนวยความสะดวกการปลูกฝ้ายและปัญหาของศัตรูพืชมีน้อย

## อาหารสำเร็จรูป

1. ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่าจีน แต่ในระยะยาวข้อพิงระมัดระวังคือประเทศไทยต้องพัฒนาเรื่องการควบคุมคุณภาพ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับจีนในด้านราคาและต้นทุน
2. ในอีก 1 – 2 ปีข้างหน้า อุตสาหกรรมสับปะรดไทยยังไม่ได้รับผลกระทบ เพราะจีนกำลังอยู่ระหว่างปรับปรุงกระบวนการผลิต คาดว่าจะส่งออกได้ในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2546
3. ไทยสามารถส่งออกสินค้าได้มากขึ้น เพราะจีนเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และการผลิตของจีนไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ

## อุตสาหกรรมทอผ้า

1. ผู้ผลิตสิ่งทอต้นน้ำของไทยอาจได้รับผลกระทบ เพราะผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศต่างๆ สามารถนำเข้าวัตถุดิบจากจีนที่มีราคาถูกกว่า
2. การที่จีนต้องลดมาตรการกีดกันทางการค้าลง ส่งผลทำให้ไทยสามารถส่งออกสินค้าไปยังตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ได้มากขึ้น

## รองเท้า

1. การแข่งขันในต่างประเทศ ประเทศไทยต้องแข่งขันกับประเทศจีนรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในตลาดล่าง แต่ไทยยังได้เปรียบเรื่องฝีมือ (สินค้าจีนเน้นการผลิตปริมาณมาก แต่คุณภาพสู้ประเทศไทยไม่ได้)
2. การนำเข้ารองเท้าจากจีน ที่ผ่านมาจีนส่งรองเท้าเข้ามาในไทยในราคาที่ต่ำมาก ทำให้ผู้ผลิตรองเท้าไทยไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ นอกจากนี้มีการลักลอบนำเข้าสินค้าทางชายแดนมาก ทำให้สินค้าจีนสามารถขายได้ในราคาที่ต่ำ เพราะไม่ต้องเสียภาษีร้อยละ 30 ใดๆก็ตาม การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน ทำให้ไทยต้องลดภาษีนำเข้ารองเท้าให้กับจีน ดังนั้นผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวพัฒนาคุณภาพและวิธีการผลิตสินค้าให้คู่แข่ง โดยเรียนรู้และตามแฟชั่นต่างประเทศให้ทันกับเหตุการณ์

ตารางที่ 7.16

ผลการเจรจาที่จะเป็นประโยชน์ต่อไทยในการเข้าตลาดจีน

ประเภท	ข้อตกลง
<p>1. การค้าสินค้า</p> <p>1.1 มาตรการด้านภาษี</p> <p>1.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี</p>	<p>1. สินค้าอุตสาหกรรม จีนลดภาษีให้ไทย 85 รายการ โดยอัตราภาษีลดลงจากอัตราเฉลี่ยร้อยละ 25.9 เหลือร้อยละ 11.8 อาทิ สิ่งทอ เพอร์นิเจอร์ ในห้องนอน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัวและเครื่องสุขภัณฑ์ เป็นต้น</p> <p>2. สินค้าเกษตร จีนลดภาษีให้ไทย 39 รายการ อัตราภาษีลดลงจากอัตราเฉลี่ยร้อยละ 41.9 เหลือร้อยละ 16.9 ที่สำคัญได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ อัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 10 – 20 เหลือร้อยละ 5 – 10</li> <li>- ลำไยสด อัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 30 เหลือร้อยละ 12</li> <li>- สับปะรดกระป๋อง อัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 30 เหลือร้อยละ 15</li> </ul> <p>3. สินค้าประมง ลดภาษีกุ้งสดแช่แข็งให้ไทยรวม 12 รายการ อัตราภาษีลดลงจากอัตราเฉลี่ยร้อยละ 22.9 เหลือร้อยละ 10.3</p> <p>1. ยางพารา จีนตกลงที่จะลดอัตราภาษีนำเข้ายางพาราจากร้อยละ 30 เหลือร้อยละ 20 ทันทีที่จีนเข้าเป็นสมาชิก WTO โดยกำหนดโควตาในปีที่เริ่มต้นไว้ 429,000 ตัน จะขยายโควตาเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี และจะยกเลิกโควตาตั้งแต่ปี 2547</p> <p>2. ข้าว จีนกำหนดโควตาเริ่มต้นสำหรับข้าว และผลิตภัณฑ์ข้าว ในปี 2543 ไว้ 2.66 ล้านตัน และจะขยายโควตาเพิ่มขึ้นเป็น 5.32 ล้านตัน ในปี 2547 โดยจะเรียกเก็บภาษีนำเข้าข้าวร้อยละ 1 ผลิตภัณฑ์ข้าวร้อยละ 9 และให้ภาคเอกชนสามารถนำเข้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวได้ถึงร้อยละ 50 ของปริมาณโควตาที่กำหนด</p>

ตารางที่ 7.16 (ต่อ)

ผลการเจรจาที่จะเป็นประโยชน์ต่อไทยในการเข้าตลาดจีน

ประเภท	ข้อตกลง
2. ด้านบริการ	<p>3. น้ำตาล จีนกำหนดโควตานำเข้าเริ่มต้นไว้ 1.6 ล้านตัน อัตราภาษีร้อยละ 30 และจะเพิ่มโควตาเป็น 1,945 ล้านตัน ในปี 2547 โดยลดภาษีลงเหลือร้อยละ 20 ทั้งนี้ หากจีนมีการส่งน้ำตาลที่นำออกนอกประเทศ (Re-export) เป็นจำนวนมากกว่าปกติ จีนจะให้โอกาสหรือกับไทยเพื่อมิให้กระทบต่อการส่งออกของไทย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จีนเปิดตลาดการค้าบริการสาขาการท่องเที่ยว กิจการโรงแรมและภัตตาคาร</li> </ul> <p>1. บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจีนอนุญาตให้ต่างชาติที่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดและร่วมทุนกับจีนตั้งบริษัทนำเที่ยวในเขตที่พักตากอากาศ ซึ่งกำหนดโดยรัฐบาลจีนและในเมืองปักกิ่ง ซีอาน เซียงไฮ้ และกวางโจว และหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ได้ 3 ปีแล้ว (2547) จึงอนุญาตให้บริษัทนำเที่ยวต่างชาติเข้าร่วมทุนนำนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปต่างประเทศรวมทั้งฮ่องกง มาเก๊า และได้หวัน</p> <p>2. โรงแรมและภัตตาคาร นักลงทุนในไทยสามารถเข้าไปร่วมลงทุนในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร โดยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้ และหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ได้ 4 ปีแล้ว (2548) จีนจะอนุญาตให้เปิดสาขาย่อย โดยต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของได้ 100% ทั้งนี้ จีนยังไม่อนุญาตให้บุคคลธรรมดาเข้าไปประกอบธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ยกเว้นการเคลื่อนย้ายชั่วคราวของพนักงานระดับผู้จัดการ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริการ อาวุโสและพ่อครัว ซึ่งมีสัญญา กับบริษัทร่วมทุนของ โรงแรมหรือภัตตาคารในจีนเท่านั้น</p>

ที่มา: หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับประจำวันที 3 - 6 มกราคม 2545

## กิจกรรมที่ 5

ให้นักศึกษาวิเคราะห์ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบในการทำธุรกิจระหว่างประเทศของจีนก่อนและหลังจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและผลกระทบต่อประเทศไทย

### ประเทศเวียดนามคู่แข่งใหม่

การปรับเปลี่ยนนโยบายเศรษฐกิจของเวียดนามเพื่อเข้าสู่ระบบตลาดเสรี เช่น การประกาศใช้นโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจ Doi Moi การปฏิรูประบบการค้า การลงทุน การเงินและการธนาคาร เวียดนามได้เร่งรัดพัฒนาประเทศ ปัจจุบันเวียดนามมีบทบาทสำคัญบนเวทีการค้าโลก นโยบายส่งเสริมการลงทุนของเวียดนามได้ดึงดูดเงินทุนไหลเข้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น เวียดนามเป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทยทั้งด้านการค้าและการลงทุน

**เศรษฐกิจและการค้า** เศรษฐกิจและการค้าของประเทศไทยเวียดนามในอนาคตอยู่ในเกณฑ์ดี อัตราการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจดี ขณะที่การแก้ปัญหาเงินเพื่อประสบความสำเร็จและมีแนวโน้มลดต่ำลง และรายได้เฉลี่ยต่อหัวอยู่ในเกณฑ์สูงขึ้น

#### ตารางที่ 7.17

#### เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจประเทศเวียดนาม

ปี	GDP (Gross Domestic Product)	อัตราเงินเพื่อ	หมายเหตุ
2540	8.2	3.1	ปี 2545 F จำนวนประชากรทั้งสิ้น 78.8 ล้านคน
2541	5.8	7.9	• รายได้ต่อหัว (GDP Percapita ประมาณ 2,390 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
2542	4.8	4.1	• มูลค่าการส่งออก (ม.ค.-มิ.ย.2545) ประมาณ 7,327.24 ล้านบาท
2543	6.8	-1.7	สินค้าส่งออก – น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์แปรรูป ข้าว กาแฟ ยางพารา ฯลฯ
2544	6.8	-0.3	ส่งออกไปประเทศ – ญี่ปุ่น เยอรมนี สิงคโปร์ ไต้หวัน ฮองกง ฝรั่งเศส เกาหลีใต้ สหรัฐฯ จีน
2545	5.8	2.0	
2546	6.8	3.8	
2547	7.3	7.6	
2548	6.6	7.0	
2549	7.0	6.5	

- ที่มา: 1. EIU Country Data มิถุนายน 2545, F = คาดคะเน  
2. สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สิงหาคม 2545)  
3. ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

เวียดนาม ได้นำเข้าสินค้าจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก สินค้านำเข้ามีหลายประเภทเช่น เครื่องจักรกล อุปกรณ์ น้ำมันปิโตรเลียม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เหล็กและเหล็กกล้า ผ้าฝ้าย วัสดุพลาสติก ผลิตภัณฑ์เคมี ปุ๋ย อิเล็กทรอนิกส์ และอะไหล่รถยนต์

### ตารางที่ 7.18

เวียดนามนำเข้าสินค้านำรายการสำคัญ ปี 2001 – 2002 (ม.ค. – มิ.ย.)

สินค้า	US\$ Mill. (ม.ค. – มิ.ย.)		GROWTH (%) (ม.ค.-มิ.ย.) 02/01	ประเทศ
	2001	2002		
ทั่วโลก	7,889.95	8,626.64	10.17	
1. เครื่องจักรกล อุปกรณ์	1,280.51	1,675.30	30.82	ญี่ปุ่น, สิงคโปร์, ไต้หวัน, เกาหลีใต้, ไทย (2.59%)
2. น้ำมันปิโตรเลียม	1,038.34	929.41	-10.49	สิงคโปร์, จีน, เกาหลีใต้, ไต้หวัน, ไทย (2.54%)
3. สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	827.41	815.48	-1.44	ไต้หวัน, เกาหลีใต้, ฮองกง, ญี่ปุ่น, ไทย (2.26%)
4. เหล็กและเหล็กกล้า	476.65	522.77	9.68	ญี่ปุ่น, ไต้หวัน, เกาหลีใต้, จีน, ไทย (2.79%)
5. ผ้าฝ้าย	134.63	465.56	245.81	ไต้หวัน, เกาหลีใต้, จีน, ญี่ปุ่น, ไทย (2.36%)
6. วัสดุพลาสติก	235.63	268.38	13.84	ไทย(16.74%), เกาหลีใต้, ไต้หวัน, จีน, สิงคโปร์
7. ผลิตภัณฑ์เคมี	175.26	226.38	29.17	ไต้หวัน, อินโดนีเซีย, จีน, ญี่ปุ่น, ไทย (2.85%)
8. ปุ๋ย	177.99	224.47	26.11	สิงคโปร์, จีน, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, ญี่ปุ่น, ไทย (1.08%)
9. อิเล็กทรอนิกส์	259.32	209.15	-19.35	ญี่ปุ่น, สิงคโปร์, เกาหลีใต้, มาเลเซีย, ไทย (4.17%)
10. อะไหล่รถยนต์	121.38	153.49	26.45	ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, ไต้หวัน, ไทย(3.13%), จีน



การค้ากับประเทศไทย ประเทศไทยส่งออกสินค้าหลายประเภทไปยังประเทศเวียดนาม ขณะเดียวกันประเทศไทยได้นำเข้าสินค้าหลากหลายประเภทจากประเทศเวียดนาม มูลค่าการส่งออกสินค้าไปยังประเทศเวียดนามมีมากกว่ามูลค่าสินค้านำเข้า ประเทศไทยเกินดุลการค้าปี 2544 ประมาณ 475 ล้านบาท และ 346 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (มกราคม – กรกฎาคม 2545)

### ตารางที่ 7.19

#### การค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

สินค้าหลักไทยส่งออกไปเวียดนาม

สินค้าหลักไทยนำเข้าจากเวียดนาม

ปี 2001 – 2002 (ม.ค. – ก.ค.)

ปี 2001 – 2002 (ม.ค. – ก.ค.)

สินค้า	US\$ Mill. 2001	US\$Mill. 2002 ม.ค.-มิ.ย.	GROWTH (%) 01	GROWTH (%) 02 ม.ค.-มิ.ย.	สินค้า	US\$ Mill. 2001	US\$Mill. 2002 ม.ค.-มิ.ย.	GROWTH (%) 01	GROWTH (%) 02 ม.ค.-มิ.ย.
1. เม็ดพลาสติก	106.84	49.32	-13.85	-2.01	1. เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	168.44	44.55	-17.89	-58.34
2. เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์	62.15	29.38	9.21	-17.02	2. น้ำมันดิบ	41.53	29.69	43.41	-3.13
3. เคมีภัณฑ์	40.84	24.50	18.94	8.88	3. อัญมณี	26.42	13.87	18.31	-15.22
4. รถจักรยานยนต์และ ส่วนประกอบ	67.05	24.49	-49.21	-46.68	4. เมล็ดพืชน้ำมัน	13.42	9.03	62.04	26.60
5. น้ำมันสำเร็จรูป	73.40	23.43	-27.27	-46.53	5. หนังกัดและหนัง เทียม	9.72	5.20	24.30	-16.71
6. เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบ ของ เครื่องจักรกล	38.17	19.13	11.00	-9.72	6. สบู่ ผงซักฟอกและ เครื่องสำอาง	0.47	5.06	725.13	4,005.98
7. ปูนซีเมนต์	19.87	18.44	390.12	166.40	7. เคมีภัณฑ์	6.44	4.93	352.96	20.76
8. เครื่องยนต์สันดาป ภายในและแบบ ถูก สูบและส่วนประกอบ	21.87	12.91	-14.19	-13.91	8. วัสดุพลาสติกแข็ง	7.37	4.61	44.93	9.05
9. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	20.44	12.87	0.01	18.29	9. สินแร่โลหะอื่น ๆ และเศษโลหะ	4.15	2.78	206.94	21.01
10. ถังปิโตรเลียม เหล็ก	17.54	12.66	130.75	82.57	10. ปกานเหล็กแข็ง	3.66	2.70	-11.48	42.12
รวมสินค้า 10 รายการ	468.17	279.38	-13.33	-6.12	รวมสินค้า 10 รายการ	281.63	122.41	-1.04	-31.97
อื่น ๆ	333.06	212.27	8.42	7.45	อื่น ๆ	44.14	22.97	-7.06	-5.23
มูลค่ารวม	801.23	491.65	-5.44	-0.70	มูลค่ารวม	325.77	145.38	-1.90	-28.80

#### ดุลการค้า

	2001		2002	
ดุลการค้า	475.46	-7.73	346.27	19.01

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ

ปัจจุบันเวียดนามมีบทบาทสำคัญในเวทีการค้าโลกเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย

- เวียดนามได้โควต้าสูงสำหรับการส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอส่งไปจำหน่ายตลาดสหภาพยุโรป

- เวียดนามผลิตข้าวส่งออกจำหน่ายทั่วโลกในแต่ละปีปริมาณมากเป็นอันดับสองรองจากประเทศไทย เนื่องจากประเทศเวียดนามมีเป้าหมายและการดำเนินนโยบายการส่งออก ซึ่งได้วางแผนระยะยาว 10 ปี (2544 – 2553)

- เวียดนามให้สิทธิประโยชน์การลงทุนของชาวต่างประเทศ ดึงดูดเงินทุนไหลเข้าสู่เวียดนามเป็นคู่แข่งรายใหม่ซึ่งมีบทบาทสำคัญการค้าโลกส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการค้าประเทศไทย ดังนั้นประเทศไทยต้องเร่งรัดพัฒนาศักยภาพการส่งออกและดึงดูดเงินทุนไหลเข้าจากต่างประเทศ รายละเอียดโดยสังเขปเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศและการลงทุนของเวียดนามมีดังต่อไปนี้

**ประเทศเวียดนามคู่แข่งข้าวของไทย** คู่แข่งข้าวของไทย เวียดนามได้เปลี่ยนฐานะจากประเทศผู้นำเข้ามาเป็นผู้ส่งออกข้าว นับตั้งแต่ปี 2532 เป็นต้นมา เนื่องจากในปี 2529 ประเทศเวียดนามเริ่มเปิดประเทศและดำเนินนโยบายปฏิรูปและพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จุดประสงค์มุ่งเน้นการพัฒนาภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของระบบเศรษฐกิจ ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรมโดยเฉพาะการผลิตข้าวมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5 ต่อปี ขณะที่อัตราประชากรเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.2 ต่อปี

จากข้อมูลสถิติในช่วงฤดูการผลิตปี 2541.– 2542 (1 สิงหาคม 2541 – 31 กรกฎาคม 2542) เวียดนามสามารถส่งออกข้าวเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 19 มีมูลค่ารวม 1,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

เวียดนามในแต่ละปีมีรายได้จำนวนมากจากการส่งข้าวออกจำหน่ายต่างประเทศ ชาวเวียดนามบริโภคข้าวเป็นอาหารหลักและเกษตรกรส่วนใหญ่เพาะปลูกข้าวซึ่งเป็นแหล่งรายได้สำคัญ ดังนั้นรัฐบาลเวียดนามจึงต้องเร่งรัดพัฒนาการผลิตและการส่งออกอย่างต่อเนื่องดังนี้

- ส่งเสริมนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาร่วมลงทุนผลิตและส่งออกข้าว ปัจจุบันมีนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนสร้างโรงสีข้าวและโรงงานแปรรูปข้าวจำนวนมากในเวียดนาม เช่น บริษัท American Rice Inc ของสหรัฐอเมริกา บริษัท Orco International PLC ของฝรั่งเศสและบริษัท Golden Resource Development International Ltd. ของฮ่องกง

- พัฒนาเขตผลิตข้าวเพื่อการส่งออกบริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง (Mekong Delta) เวียดนามจัดหางบเงินให้กู้ยืมจำนวน 1,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ระหว่างปี 2541–2553 แก่เกษตรกรและรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงรวมทั้งระบบชลประทานเพื่อส่งเสริมการเพาะปลูกข้าวในปริมาณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง

- ปรับปรุงคุณภาพข้าวเพื่อการส่งออก โดยปรับปรุงคุณภาพเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ใช้ในการเพาะปลูก การพัฒนาวิธีการเก็บรักษาหลังการเก็บเกี่ยว การจำแนกขนาด การควบคุมคุณภาพ การปรับปรุงเทคโนโลยีการแปรรูปข้าว เป็นต้น

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นและประกอบกับประเทศเวียดนามได้จัดสรรงบประมาณเพื่อภาคเกษตรกรรมและพัฒนาชนบทอย่างจริงจัง โดยเพิ่มเงินงบประมาณกว่าร้อยละ 50 ในปี 2542 ที่ผ่าน มาส่งผลให้การผลิตและการส่งออกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันเวียดนามเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวอันดับสองของโลกรองจากประเทศไทย เช่น ฤดูกาลเพาะปลูกปี 2542 – 2543 เวียดนามส่งข้าวออกได้ 4.3 ล้านตัน ขณะที่ประเทศส่งออกข้าวได้ 6.0 ล้านตัน

นโยบายส่งเสริมการส่งออกข้าวปี 2546 กระทรวงพาณิชย์ได้จัดประชุมกับสมาคมข้าวเวียดนาม ณ นครโฮจิมินห์ ในวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2546 เพื่อวางแผนการส่งออกข้าวปี 2546 รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ฯพณฯ Mai Van Dau ได้ทราบว่าอิรักเป็นตลาดส่งออกข้าวที่สำคัญของเวียดนามในปี 2546 แม้ว่าสงครามจะเกิดขึ้นแก่ชาวอิรักต้องมีข้าวกิน ดังนั้นรัฐบาลและบริษัทต่าง ๆ ต้องพยายามหาวิธีเพื่อส่งข้าวเข้าตลาดอิรัก นอกจากอิรักเป็นตลาดใหญ่ตลาดหนึ่ง อิรักยังเป็นตลาดที่มีความสามารถใช้ข้าวคุณภาพสูง นอกจากนั้นซีเรียและเยเมนก็เป็นตลาดที่น่าสนใจ

สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนที่เวียดนามเคยส่งข้าวออกไปจำหน่ายหลายปีแล้ว เช่น ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ในปี 2546 คาดว่าเวียดนามจะส่งข้าวออกไปจำหน่ายยังตลาดฟิลิปปินส์ ประมาณ 55,000 ตัน อินโดนีเซีย 900,000 ตัน ประมาณว่าปี 2546 เวียดนามส่งข้าวออกจำหน่ายต่างประเทศ ประมาณ 3.2 ล้านตัน และปี 2548 ตั้งเป้าหมายการส่งออกข้าวเป็น 4 – 4.5 ล้านตัน ทั้งนี้เวียดนามได้คาดว่าความต้องการของตลาดโลกเพิ่มขึ้น เป้าหมายการส่งออกเวียดนาม 10 ปีข้างหน้า เวียดนามมีเป้าหมายการขยายตัวสินค้าส่งออกที่สำคัญ โดยได้กำหนดโครงสร้างเป้าหมายดังนี้

โครงสร้างเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจเวียดนามปี 2544 – 2553 การพัฒนาเศรษฐกิจของเวียดนามในช่วงอีก 10 ปีข้างหน้า ปี 2544 – 2553 เวียดนามมีวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการพัฒนาประเทศให้มุ่งไปข้างหน้า ส่วนสำคัญคือผลผลิตและการส่งออกให้มีปริมาณเติบโตขึ้นเป็น

2 เท่าในการเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของ GDP เป้าหมายสำคัญคือ เวียดนามต้องการให้เกิดผลสำเร็จในการแลกเปลี่ยนการค้ากับต่างประเทศให้มากที่สุด และเป้าหมายการวางโครงการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความทันสมัย และได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในระยะสั้น ๆ เวียดนามได้วางเป้าหมายการส่งออกสินค้าสำคัญปี 2548 ต้องเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ประมาณ 2 เท่าตัว

### ตารางที่ 7.20

#### เป้าหมายการส่งออกสินค้าที่สำคัญของเวียดนามระหว่างปี 2543 และปี 2548

สินค้าเป้าหมายส่งออก	เป้าหมายปี 2543	เป้าหมายปี 2548
1. น้ำมันดิบ (ล้านตัน)	15.5 – 16	16 – 17
2. ถ่านหิน (ล้านตัน)	3.8 – 4.2	6 – 7
3. เสื้อผ้าและสิ่งทอ (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	1.7 – 2	3.5 – 4
4. รองเท้า (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	1.4 – 2	4.5 – 5
5. อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน(ล้านเหรียญสหรัฐ)	800 – 850	1,800 – 2,000
6. ข้าว (ล้านตัน)	3 – 3.2	4 – 4.5
7. กาแฟ (ล้านตัน)	1 – 1.3	2 – 2.3
8. ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	1.4 – 1.6	3.5 – 4
9. สินค้าศิลปหัตถกรรม (ล้านเหรียญสหรัฐ)	300 – 350	900 – 1,000
9.1 เฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน (ล้านเหรียญสหรัฐ)	120 – 130	350 – 400
9.2 รูปภาพและไม้แกะสลัก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	50 – 60	120 – 150
9.3 สินค้าเซรามิก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	100 – 120	250 – 300
9.4 เครื่องหวายและไม้ไผ่สาน (ล้านเหรียญสหรัฐ)	30 – 40	60 – 80
9.5 พรหมทอต่าง ๆ (ล้านเหรียญสหรัฐ)	10	20 – 25
9.6 หัตถกรรมอื่น ๆ (ล้านเหรียญสหรัฐ)	10	20 – 25
10. การส่งออกทั้งหมด (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	13.5 – 14	30 – 35

ที่มา : กระทรวงการวางแผนและการลงทุน ทบวงสถิติแห่งชาติ

เมืองตุลสอยู่ทางตอนใต้แถบตะวันตกของฝรั่งเศส เป็นศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ที่เน้นด้านการพัฒนาเทคโนโลยี ตูลสเป็นเมืองที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัทแอร์บัสผู้ผลิตเครื่องบินพาณิชย์อันดับสองของโลก

สเปน ได้พัฒนาเศรษฐกิจโดยอาศัยเทคโนโลยี เมืองบาร์เซโลนาเป็นศูนย์กลางพัฒนาซอฟต์แวร์และธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตข้ามชาติ เนื่องจากสเปนจะให้บริการอินเทอร์เน็ตไปยังประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกาที่ใช้ภาษาสเปนเป็นภาษาราชการ บริษัทคอมพิวเตอร์ขนาดยักษ์ของสหรัฐฯ ได้เข้ามาลงทุนตั้งบริษัทวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เช่น ฮิวเลตต์ – แพ็คการ์ด หรือ เอชพีและบริษัทโนเกียผู้ผลิตสื่อสาร เนื่องจากประเทศสเปนมีอัตราค่าแรงงานถูกกว่าด้านยุโรปตอนเหนือ

เยอรมนี เมืองแฟรงค์เฟิร์ตเป็นศูนย์กลางด้านการเงิน เป็นที่ตั้งของตลาดหลักทรัพย์และธนาคารระดับใหญ่ของยุโรป ปัจจุบันแฟรงค์เฟิร์ตมีความสำคัญเพิ่มขึ้น เป็นเมืองศูนย์กลางของการผลิตซอฟต์แวร์ที่มีชื่อเสียงและเป็นศูนย์กลางธุรกิจไบโอเทค บริษัทที่มีชื่อเสียงคือ SAP

เมืองมิวนิก เป็นเมืองสำคัญด้านการท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลางของการลงทุนด้านการเงินเกี่ยวกับธุรกิจไฮเทค บริษัทธุรกิจการเงินในอเมริกาและยุโรปได้เข้ามาลงทุนธุรกิจไฮเทคโดยติดต่อกับบริษัทการเงินในเมืองมิวนิก

สวีเดนและฟินแลนด์ ประชากรนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 80 และร้อยละ 65 จำนวนประชากรทั้งประเทศตามลำดับ สตอกโฮล์มของสวีเดนเป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์และบริษัทอิริคสันผู้ผลิตอุปกรณ์สื่อสารไร้สายโทรศัพท์ที่ดังไปทั่วโลก

ฟินแลนด์ เมืองโอลู เป็นที่ตั้งของบริษัทโนเกียจำกัด ผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือที่โด่งดังไปทั่วโลก นอกจากนี้รัฐบาลฟินแลนด์ได้จัดตั้งมหาวิทยาลัยด้านการสื่อสารส่งเสริมให้ประชากรทำอุตสาหกรรมสื่อสาร

ประเทศยุโรปอื่นๆ เช่น เบลเยียมและเนเธอร์แลนด์ เมืองพรสทางตอนใต้ของเบลเยียมเป็นศูนย์กลางการผลิตซอฟต์แวร์ 42 ภาษาทั่วโลก หรือเป็นเมืองธุรกิจการผลิตซอฟต์แวร์ภาษาต่างๆ 42 ภาษาทั่วโลก บริษัทผู้ผลิตซอฟต์แวร์หลากหลายภาษาคือ Lemout & Hauspie Speech Products

## เป้าหมายการส่งออกเวียดนาม 10 ปีข้างหน้า

มาตรการเร่งรัดการผลิตสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก เวียดนามให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก ภาคเกษตรกรรมมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเวียดนาม เนื่องจากมีแรงงานในภาคเกษตรกรรมมากกว่าร้อยละ 70 ของประเทศทั้งประเทศ และมีรายได้หลักจากการส่งออกสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรของเวียดนามติดอันดับโลกอยู่หลายรายการ เช่น ข้าว กาแฟและถั่วลิสง เวียดนามจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก

ปี 2537–2543 เวียดนามได้จัดเงินงบประมาณตามแผนพัฒนาภาคเกษตรกรรมให้แก่กระทรวงเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารเป็นจำนวนเงินสูงถึง 23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยกำหนดแนวทางสำคัญไว้ดังนี้

- เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตโดยมีการแปรรูปสินค้าเกษตรมากขึ้น
- เน้นการพัฒนากรรมวิธีการผลิตให้เหมาะสมและสอดคล้องต่อการค้าสินค้าเกษตรกรรมของเวียดนาม

- ลดการพึ่งพาการส่งออกข้าวลง โดยการไม่เพิ่มพื้นที่เพาะปลูกข้าว แต่เน้นการเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกสินค้าเกษตรอื่น ๆ ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า

ผลจากการที่รัฐบาลเวียดนามได้เร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจของเวียดนามในช่วงอีก 10 ปีข้างหน้า (ปี 2544 – 2553) ในระยะสั้นกำหนดเป้าหมายเร่งรัดการส่งออกสินค้าสำคัญ ปี 2548 เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าจากปี 2543 ดังได้กล่าวแล้วข้างต้น ประกอบกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรมอย่างจริงจัง รวมทั้งความเชี่ยวชาญของเวียดนามในการเพาะปลูกและการเก็บเกี่ยวผลผลิตหลายชนิด ทำให้สินค้าเกษตรมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกสูง เวียดนามจึงสามารถขยายการส่งออกและเจาะตลาดส่งออกใหม่ๆ ได้มากขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันนอกจากเวียดนามจะเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวอันดับสองของโลก รองจากประเทศไทยแล้วยังมีสินค้าเกษตรส่งออกติดอันดับโลกเช่น

กาแฟ ปัจจุบันเวียดนามส่งออกมากเป็นอันดับ 3 ของโลกและเป็นอันดับหนึ่งของเอเชีย เวียดนามมีค่าเฉลี่ยผลผลิตกาแฟสูงที่สุดในโลก คือ 1,700 กก./เฮกเตอร์ ค่าเฉลี่ยผลผลิตโลกเท่ากับ 600 กก./เฮกเตอร์ ในเอเชียและลาติน 700 กก./เฮกเตอร์ และในแอฟริกา 400 กก./เฮกเตอร์ กาแฟของเวียดนามมีราคาต้นทุนที่ต่ำที่สุดในโลก มีการส่งออกไปสู่ประเทศต่าง ๆ มากกว่า 52 ประเทศ แต่กาแฟของเวียดนามยังด้อยกว่าด้านคุณภาพ ดังนั้นปัญหาคือทำอย่างไรที่จะให้กาแฟมีคุณภาพได้

มาตรฐานในการผลิตกาแฟ ซึ่งเวียดนามได้พยายามปรับปรุงแก้ไขตลอดมาเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ปัจจุบันเวียดนามมีโครงการระบบการผลิตที่ทันสมัยเพื่อเป้าหมายในการขยายตลาดการส่งออกในปี 2548 ไว้ 2 – 2.3 พันตัน

สินค้าอิเล็กทรอนิกส์, คอมพิวเตอร์ และชิ้นส่วน มีการขยายตัวมากในการส่งออกและเพิ่มขึ้นทุกปี เวียดนามตั้งเป้าหมายการส่งออกปี 2548 มูลค่า 1.8 – 2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

รองเท้า การส่งออกรองเท้าของประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 122.5% ต่อปี เวียดนามส่งออกรองเท้ามากเป็นอันดับ 3 ของการส่งออกทั้งหมด ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีการแข่งขันมากและรองเท้าเป็น 1 ในสินค้า 12 รายการ ของการเพิ่มขึ้นเพื่อการส่งออกทั้งหมด ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีการแข่งขันมาก รองเท้าผลิตจากประเทศเวียดนามเป็นที่ต้องการในตลาดของผู้บริโภคอุปโภคและยังสามารถขยายตลาดไปยังสหรัฐฯเพิ่มขึ้นอีก 10% เป้าหมายการส่งออกของเวียดนามในปี 2548 คือ 4.5 – 5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ เวียดนามได้ส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมากกว่า 45 ประเทศ ญี่ปุ่นเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด ปัจจุบันเวียดนามได้พัฒนาและสนับสนุนเพิ่มพื้นที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและการออกจับปลามาขายฝั่งทะเลมากขึ้น ประเทศเวียดนามมีแผนการขยายผลิตภัณฑ์สัตว์เพื่อการส่งออก เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการตลาดหลัก โดยวางเป้าหมายไว้ในปี 2548 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำประมาณ 3.5 – 4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

สินค้าศิลปหัตถกรรม รวมทั้งงานฝีมือต่าง ๆ ประเทศเวียดนามได้ตั้งเป้าหมายมูลค่าการส่งออกสินค้าหัตถกรรม ทุกประเภทเพิ่มขึ้นจากปี 2543 จากตารางข้อมูลสถิติ เช่น เฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน รูปภาพและไม้แกะสลัก สินค้าเซรามิก เครื่องหวายและไม้ไผ่สาน การทอต่าง ๆ งานหัตถกรรมอื่น ๆ ในปี 2548 มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี 2543 เป็น 400, 150, 300, 80, 25 และ 25 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ

เวียดนามได้โควต้าส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอไปตลาดสหภาพยุโรป (EU) เพิ่มขึ้น เวียดนามส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอไปจำหน่ายตลาดโลกปริมาณและมูลค่ามากและมีความได้เปรียบเหนือกว่าตลาดส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอไทย เนื่องจากประเทศเวียดนามได้โควต้าสำหรับสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าเข้าตลาดสหภาพยุโรป (EU) เพิ่มขึ้น ร้อยละ 50 – 75 เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2546 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และสหภาพยุโรปได้เจรจาและตกลงลงนามในข้อตกลงเพิ่มโควต้าสำหรับการค้าสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าจากประเทศเวียดนามสามารถส่งจำหน่ายตลาด EU เพิ่มขึ้น

ส่วนมากเป็นสินค้าประเภท “Hot” ที่ตลาดอียูกำลังมีความต้องการเช่น กางเกง เสื้อเชิ้ตผู้ชาย เสื้อเชิ้ตสตรี เสื้อ Woo – len เสื้อยืด ทั้งหมดได้เพิ่มโควต้าและสหภาพยุโรปยังคงภานี้นำเข้าจากเวียดนามสำหรับสินค้าเสื้อผ้าร้อยละ 20 สิ่งทอร้อยละ 12 ค้ายร้อยละ 7 และเส้นใยร้อยละ 4

ปี 2546 มูลค่าการค้า (ส่งออก-นำเข้า) ระหว่างประเทศเวียดนามกับสหภาพยุโรปประมาณ 6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในจำนวนนี้มีสิ่งทอและเสื้อผ้าประมาณ 850 – 900 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ปัจจุบันเวียดนามมีบริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าไปยังสหภาพยุโรป 800 บริษัท

เป้าหมายปี 2548 เวียดนามคาดว่าจะสามารถส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าไปยังสหภาพยุโรปมูลค่าประมาณ 3.5 – 4 พันล้านเหรียญสหรัฐ

เวียดนามให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนชาวต่างประเทศ ดึงดูดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2541 ประเทศเวียดนามได้ประกาศบังคับใช้รัฐบัญญัติฉบับที่ 10 (Decree No. 10/1998/ND – cp) เป็นบทบัญญัติย่อยในกฎหมายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ฉบับล่าสุด Decree No. 10 ให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนต่างประเทศในประเทศเวียดนาม ทั้งนี้รัฐบาลเวียดนามตั้งเป้าหมายไว้ว่ารัฐบัญญัติ 10 ของกฎหมายส่งเสริมการลงทุนฉบับล่าสุดนี้จะช่วยดึงดูดให้นักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในเวียดนามเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่เวียดนามไม่สามารถดึงดูดการลงทุนด้วยค่าจ้างแรงงานถูกได้อีกต่อไป เนื่องจากอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำในเวียดนามเพิ่มสูงขึ้นจากระดับ 30 ดอลลาร์สหรัฐฯ/เดือนในช่วงปี 2531

สิทธิประโยชน์ที่สำคัญที่นักลงทุนจากต่างประเทศจะได้รับเพิ่มมากขึ้นตามรัฐบัญญัติ 10 ได้แก่

- ภาวะภาษีของผู้ประกอบการลดต่ำลง จากเดิมที่กรมศุลกากรเป็นผู้ประเมินภาวะภาษีซึ่งมักจะประเมินไว้สูงเปลี่ยนเป็นการประเมินภาวะภาษีตามราคาสินค้าที่ปรากฏอยู่ในใบส่งของ (Invoice) แทน

- การให้อิสระแก่นักลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้นในธุรกิจบางประเภท ในการเลือกประเภทของโครงการที่ต้องการนำเข้ามาลงทุน รูปแบบที่ตั้งของโครงการลงทุนและสัดส่วนของเงินลงทุนจากต่างประเทศ เช่น โครงการลงทุนด้านธุรกิจโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ เดิมกำหนดให้นักลงทุนต่างประเทศต้องร่วมลงทุนกับนักลงทุนท้องถิ่นในสัดส่วน 70: 30 แต่ปัจจุบันอนุญาตให้นักลงทุนต่างประเทศสามารถลงทุนได้ทั้งหมด



- ลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน เช่น นักลงทุนจากต่างประเทศ สามารถที่จะเริ่มดำเนินการได้ทันที หลังจากได้รับหนังสืออนุมัติส่งเสริมการลงทุนแล้ว จากเดิมที่ต้องขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจก่อนจึงจะเริ่มดำเนินการได้

- ลดมาตรการกีดกันทางการค้าลง เช่น จากเดิมสินค้าที่ผลิตในเวียดนามห้ามมิให้มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าข้ามเขตกัน ข้อยกเว้นใหม่เป็นสินค้าที่ผลิตในเวียดนามสามารถจำหน่ายได้ทั่วประเทศ

- นักลงทุนจากต่างประเทศได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีมากขึ้น เช่น

- (ก) ยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบเพื่อผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง
- (ข) บริษัทที่เข้ามาลงทุนทุกประเภทในเวียดนามสามารถยกยอดขาดทุนที่เกิดขึ้นในปีนี้ไปรวมกับผลการดำเนินการในปีถัดไปได้ และยังสามารถนำผลขาดทุนที่เกิดขึ้นไปหักกลับกับกำไรในปีภาษีถัดไปได้แต่ไม่เกิน 5 ปี
- (ค) ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้เป็นทรัพย์สินถาวร
- (ง) อนุญาตให้นำยอดเงินบริจาคเพื่อการกุศลไปหักจากผลกำไรก่อนคำนวณภาษีได้

จากข้อมูลกระทรวงวางแผนและการลงทุนของเวียดนาม ได้อนุมัติโครงการลงทุนของต่างชาติระหว่างเดือนมกราคม – มิถุนายน 2544 ไปแล้วทั้งสิ้น 200 โครงการ มูลค่าทั้งสิ้น 968.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 29.9 ดังนี้

### ตารางที่ 7.21

#### ประเภทอุตสาหกรรมที่ต่างชาตินำมาลงทุน

กิจการ	จำนวนโครงการ	เงินลงทุน (ล้านเหรียญสหรัฐ)
อุตสาหกรรม/กิจการการก่อสร้าง	162	880.16
การเกษตร – ประมง – ป่าไม้	9	12.17
บริการ	29	75.80
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>968.13</b>

ตารางที่ 7.22

กลุ่มประเทศที่เข้าไปลงทุนในเวียดนาม

กลุ่มประเทศ	จำนวนโครงการ	เงินลงทุน	หมายเหตุ
เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ	124 (62%)	288.3 (29.8%)	กลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ* ประกอบด้วย
อาเซียน	17 (8.5%)	27.38 (2.8%)	โครงการ เงินลงทุน
ยุโรป	21 (10.5%)	565.39 (58.4%)	ไต้หวัน 51 86.13
อเมริกา	31 (15.5%)	69.71 (7.2%)	เกาหลีใต้ 32 36.51
ออสเตรเลีย	7 (3.5%)	17.35 (1.8%)	จีน 20 33.39
			ญี่ปุ่น 12 85.87
			ฮ่องกง 9 46.40
<b>รวม</b>	<b>200 (100%)</b>	<b>968.13(100%)</b>	<b>124 288.3</b>

\* ล้านเหรียญสหรัฐฯ

นักลงทุนชาวต่างประเทศให้ความสนใจเข้าไปลงทุนในประเทศเวียดนามสามารถเลือกลงทุนได้จาก 7 รูปแบบซึ่งมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันดังนี้

**รูปแบบที่ 1** การลงทุนโดยชาวต่างประเทศ หรือ Foreign Owned Business เป็นการลงทุนโดยชาวต่างประเทศทั้งหมด โดยจัดตั้งในรูปแบบของบริษัทจำกัด ซึ่งมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายเวียดนาม ข้อดีของการลงทุนประเภทนี้คือการบริหารงานคล่องตัว ข้อเสียอาจไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับหน่วยราชการต่างๆของเวียดนามเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังประสบปัญหาในเรื่องการถือกรรมสิทธิ์เป็นสินทรัพย์ต่าง ๆ และปัญหาแรงงานท้องถิ่น

**รูปแบบที่ 2** การเปิดสาขาหรือ Branches เป็นการลงทุนในธุรกิจเฉพาะบางประเภทเท่านั้น เช่น ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจประกันภัย บริษัทกฎหมายและบริษัทบัญชี โดยกิจการเหล่านี้จะไม่ถือว่าเป็นนิติบุคคลภายใต้กฎหมายเวียดนาม แต่จะมีสถานะเป็นเพียงบริษัทลูกซึ่งมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศเท่านั้น ข้อดีของการลงทุนแบบนี้คือสามารถดำเนินธุรกิจต่างๆในขอบข่ายที่กว้างกว่าการลงทุนในรูปแบบการเปิดสำนักงานตัวแทน ข้อเสียการจัดตั้งสาขาไม่ถือว่าเป็นนิติบุคคลภายใต้กฎหมายเวียดนามแต่จะมีสถานะเป็นบริษัทลูกซึ่งมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศเท่านั้น

**รูปแบบที่ 3** การร่วมลงทุนหรือ Joint Venture เป็นลงทุนร่วมกันระหว่างหุ้นส่วนชาวเวียดนามกับชาวต่างประเทศโดยต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในรูปของบริษัทจำกัดตามกฎหมายของเวียดนาม ทั้งนี้มีข้อกำหนดว่าสัดส่วนการลงทุนของชาวต่างประเทศต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนและจะแบ่งปันผลกำไรที่เกิดขึ้นตามสัดส่วนของการร่วมลงทุน ข้อดี ของการลงทุนแบบนี้คือ เป็นรูปแบบการลงทุนที่รัฐบาลเวียดนามให้การส่งเสริมมากที่สุด อีกทั้งยังสามารถอาศัยหุ้นส่วนชาวเวียดนามติดต่อประสานงานกับหน่วยราชการต่างๆของเวียดนามได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น ข้อเสียคือฝ่ายเวียดนามมักร่วมทุนโดยใช้ที่ดินและสิ่งก่อสร้างสูงกว่าความเป็นจริงทำให้นักลงทุนชาวต่างประเทศเสียเปรียบ เนื่องจากหุ้นส่วนชาวเวียดนามลงทุนต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

**รูปแบบที่ 4** การเปิดสำนักงานตัวแทนหรือ Representative Offices เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนทางการค้าและการลงทุน ตลอดจนให้บริการในด้านต่างๆ แทนบริษัทแม่ในต่างประเทศ เช่น บริการด้านข้อมูล การหาตลาดและติดตามเรื่องกฎหมายและเอกสารต่างๆ ให้กับธุรกิจที่ต้องการจะเข้าไปลงทุนในเวียดนาม ข้อดีของการลงทุนรูปแบบนี้คือ มีความเป็นอิสระและใช้เงินลงทุนจำนวนน้อย ข้อเสียไม่สามารถทำธุรกิจโดยตรงได้เองเนื่องจากมีสถานะเป็นเพียงตัวแทนเท่านั้น

**รูปแบบที่ 5** การเปิดสำนักงานตัวแทนหรือ Representative Offices เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนทางการค้าและการลงทุน ตลอดจนให้บริการในด้านต่างๆ แทนบริษัทแม่ในต่างประเทศ เช่น บริการด้านข้อมูล การหาตลาดและติดตามเรื่องกฎหมายและเอกสารต่างๆ ให้กับธุรกิจที่ต้องการจะเข้าไปลงทุนในเวียดนาม ข้อดีของการลงทุนรูปแบบนี้คือ มีความเป็นอิสระและใช้เงินลงทุนจำนวนน้อย ข้อเสีย ไม่สามารถทำธุรกิจโดยตรงได้เองเนื่องจากมีสถานะเป็นเพียงตัวแทนเท่านั้น

**รูปแบบที่ 6** การร่วมมือทำธุรกิจตามสัญญาหรือ Business Cooperation Contract เป็นการร่วมทุนระหว่างหุ้นส่วนชาวเวียดนามกับชาวต่างประเทศในธุรกิจที่หุ้นส่วนชาวเวียดนามขาดความชำนาญในการดำเนินงาน จึงทำให้ข้อตกลงให้หุ้นส่วนชาวต่างประเทศซึ่งอาจจะมีมากกว่า 1 ราย เข้ามาร่วมทำธุรกิจด้วยโดยไม่มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทใหม่ แต่ทำสัญญาว่าจะแบ่งปันความรับผิดชอบและผลกำไรให้ เช่น ชาวเวียดนามที่ทำธุรกิจโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปต้องการทำธุรกิจโรงฟอกย้อมแต่ยังขาดความชำนาญ จึงทำให้นักลงทุนชาวต่างประเทศเข้ามาร่วมดำเนินธุรกิจโดยตกลงจะแบ่งผลประโยชน์ ข้อดีของการลงทุนแบบนี้คือ ใช้เงินลงทุนน้อย อีกทั้งนักลงทุนต่างประเทศยังสามารถได้ผลกำไรที่ชัดเจนและโอนกลับสู่ประเทศได้ง่ายอีกด้วย ข้อเสียขาดความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ

รูปแบบที่ 7 อื่น ๆ (Others) เช่น

- A Build Operate Transfer Contract เป็นข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างรัฐบาลเวียดนามกับนักลงทุนต่างชาติ โดยรัฐบาลเวียดนามอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติดำเนินการก่อสร้าง (Build) และดำเนินงาน (Cooperate) โครงการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาที่กำหนดแล้ว นักลงทุนต่างชาติต้องโอน (Transfer) โครงการก่อสร้างดังกล่าวให้กับรัฐบาลเวียดนาม โดยรัฐบาลเวียดนามไม่ต้องจ่ายค่าทดแทนให้แก่การลงทุนต่างชาติ

- A Build – Transfer Contract เป็นข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษร (Written Document) ระหว่างรัฐบาลเวียดนามกับนักลงทุนต่างชาติ โดยรัฐบาลเวียดนามอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติดำเนินการก่อสร้าง (Build) เช่น โครงการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ จนแล้วเสร็จ หลังจากนั้นนักลงทุนต่างชาติต้องโอน (Transfer) โครงการก่อสร้างดังกล่าวให้แก่รัฐบาลเวียดนาม โดยรัฐบาลเวียดนามจะอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติไปดำเนินการก่อสร้างหรือบริหารโครงการลงทุนอื่น ๆ เพื่อให้ให้นักลงทุนต่างชาติได้รับผลตอบแทนคุ้มกับต้นทุนค่าก่อสร้างและมีผลกำไรตามสมควร

- A Build Transfer Operate Contract เป็นข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างรัฐบาลเวียดนามกับนักลงทุนต่างชาติ โดยรัฐบาลเวียดนามอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติดำเนินการก่อสร้าง (Build) โครงการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ จนแล้วเสร็จ หลังจากนั้นนักลงทุนต่างชาติต้องโอน (Transfer) โครงการก่อสร้างหรือบริหารโครงการลงทุนอื่น ๆ เพื่อให้ให้นักลงทุนต่างชาติได้รับผลตอบแทนคุ้มกับต้นทุนค่าก่อสร้างและมีผลกำไรตามสมควร

เวียดนามและการแก้ไขปัญหาภัยในสหภาพยุโรป เวียดนามเป็นผู้ส่งออกกุ้งเป็นอันดับ 5 ของโลกรองจากประเทศไทย อินโดนีเซีย อินเดีย และเอกวาดอร์ เมื่อเวียดนามประสบปัญหาการตรวจสอบสารตกค้างในกุ้ง เช่นเดียวกับไทยและได้รับผลกระทบทำให้มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลของเวียดนามลดลงถึงร้อยละ 87

การแก้ไขปัญหาของเวียดนาม คือ เวียดนามได้ค้นหาข้อมูลได้แย้งกับสหภาพยุโรปโดยเวียดนามได้ศึกษาและค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสารคลอแรมฟินิคอลและไนโตรฟูแรนในกระบวนการผลิตสินค้าของสหภาพยุโรป เช่น นมผงทารกที่ผลิตในประเทศเนเธอร์แลนด์ซึ่งเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป (EU) และส่งมาขายในอาเซียน มีการตรวจพบสารคลอแรม ฟินิคอลตกค้างใน

ระดับ 0.544 PPB และ 0.303 PPB นอกจากนี้ประเทศสมาชิกบางประเทศใน EU ยังอนุญาตให้ใช้ยาปฏิชีวนะต่าง ๆ ในการทำฟาร์มและอนุญาตให้มีการส่งออกเนื้อสัตว์ที่มีสารคลอแรมฟินิโคลตกค้างในระดับสูงถึง 10 PPB และใช้ข้อมูลนี้โต้ตอบ EU ในเวทีการประชุมระหว่างอาเซียนกับรัฐสภา EU เมื่อต้นเดือนกันยายน 2545 ส่งผลให้เวียดนามหลุดจากการตรวจสอบสินค้าอาหารทะเล 100% เมื่อปลายเดือนกันยายน 2545 ส่วนประเทศไทยยังคงอยู่ในบัญชีต้องตรวจสอบ 100%

เมื่อเวียดนามหลุดจากการตรวจสอบของสหภาพยุโรป 100% มีผลให้เวียดนามสามารถครอบครองส่วนแบ่งตลาดกุ้งใน EU ได้เพิ่มขึ้น จากข้อมูลสถิตินำเข้ากุ้ง มกราคม – มีนาคม 2545 ของสหภาพยุโรปมีการนำเข้ากุ้งจากไทยเป็นอันดับที่ 9 สัดส่วนร้อยละ 3.36 และเวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.09 เป็นอันดับที่ 23

## กิจกรรมที่ 6

ให้นักศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมศึกษาจุดอ่อนและจุดแข็งของกาทำธุรกิจระหว่างประเทศของเวียดนามและผลกระทบต่อประเทศไทย

## สรุป

การทำธุรกิจระหว่างประเทศทั้งผู้นำเข้าและผู้ส่งออกต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ซึ่งมีอิทธิพลและผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจ สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศได้แก่ สภาพแวดล้อมเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมการเมืองและกฎหมาย สภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

ในบทนี้จะกล่าวเน้นสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกต้องให้ความสนใจสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและข้อมูลเครื่องชี้เศรษฐกิจมหภาค เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ผลผลิตรวมภายในประเทศ การค้าระหว่างประเทศ หนี้สาธารณะ เงินคงคลัง การเงินการธนาคาร อัตราเพิ่มของระดับราคาและดัชนีราคา เป็นต้น สภาพเศรษฐกิจของต่างประเทศที่จะทำธุรกิจและการค้าด้วยก็มีความสำคัญผู้ทำธุรกิจระหว่างประเทศต้องประเมินภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าโดยศึกษาข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค เช่น ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ รายได้ประชาชาติ รายได้ต่อหัว ผลิตภัณฑ์ในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน สภาพเศรษฐกิจเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย จำนวนผู้ว่าง

งาน ค่าครองชีพ การลงทุน การเติบโตของเศรษฐกิจและความมั่นคง คุณภาพชีวิต คุณภาพการดำรงชีพ คุณภาพการดำรงชีพ ฯลฯ นอกจากนี้ผู้ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศควรมุ่งมั่นสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจในประเทศเจ้าของกิจการ สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจในประเทศที่ไปลงทุนและสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ผู้ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศต้องทราบภาวะเศรษฐกิจโลกประกอบในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเฉพาะวิกฤตการณ์เศรษฐกิจและการเงินในภูมิภาคเอเชีย ปี 2540 ส่งผลกระทบต่อภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ก่อให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจถดถอยในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ วิกฤตเศรษฐกิจของบราซิล ทำให้เศรษฐกิจของประเทศในกลุ่มละตินอเมริกาชะงักงันลง ปัญหาภาวะเงินเฟ้อ เงินฝืด เศรษฐกิจถดถอย ประเทศต่าง ๆ ในโลกและผลกระทบที่ตามมา

หลายประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศของตนไปสู่ภาคเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) มากขึ้น ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศมากขึ้น การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญในการค้าและการติดต่อสื่อสาร ประเทศกำลังพัฒนาเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศไปสู่ภาคเศรษฐกิจใหม่ โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ เช่น อาเซียน เอเปค ยุโรป ฝรั่งเศส สเปน เยอรมนี สวีเดนและฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาไปสู่ภาคเศรษฐกิจใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจและการนิยมใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างแพร่หลายช่วยให้การติดต่อสื่อสารซื้อขายสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพรู้จักกันทั่วโลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ทำให้ผู้ซื้อสามารถหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการเปรียบเทียบราคาเสนอขายจากหลายร้านค้าได้ในเวลาที่รวดเร็ว สามารถติดต่อลูกค้าได้ทั่วโลก ใช้บุคลากรจำนวนน้อย เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ลดขั้นตอนการติดต่อธุรกิจ สามารถติดต่อได้รวดเร็ว ลดคนกลาง ผู้ซื้อผู้ขายสามารถติดต่อกันได้โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าได้ การทำอี-คอมเมิร์ซ มี 3 ประเภท คือ (1) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (2) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (3) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้บริโภค ประเทศไทยใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการบริการทางการเงิน เช่น ธุรกิจการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (เป็นบัตรเครดิต เช็คอิเล็กทรอนิกส์และเงินสดดิจิทัล สถาบันการเงินปรับกลยุทธ์ให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สร้างความเชื่อถือและยอมรับแทนสื่อการชำระเงินกระดาษ เนื่องจากการแข่งขันสูงระหว่างสถาบันการเงิน การบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส

(Counter Service) เช่น 7 – Eleven เคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า ฯลฯ การบริการชำระเงินทางออนไลน์และการเชื่อมโยงข้อมูลกับสถาบันการเงินการโอนเงินระหว่างประเทศเป็นการใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในประเทศไทยผู้ใช้ Internet เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจำนวนมากค้าขายผ่าน Internet การใช้ e-mail และการหาข้อมูลใน World Wide Web เป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน การนำระบบ EDI มาใช้ของกรมศุลกากร รัฐบาลก็มีการวางแผนการใช้ระบบ อี-คอมเมิร์ซ สนับสนุนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สภาพแวดล้อมและผลกระทบต่อประเทศไทยในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ประการหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณาก็คือ คู่แข่งขัน ประเทศคู่แข่งที่สำคัญก็คือจีน ดังนั้นจึงควรวิเคราะห์คู่แข่งกันเพื่อทราบข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศในด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศไทยกับจีน ระหว่างจีนกับตลาดโลก ตลาดส่งออกของจีน ฯลฯ เมื่อจีนเป็นสมาชิก WTO มีผลกระทบต่อประเทศไทยในด้านต่าง ๆ คือด้านการลงทุน การแข่งขันระหว่างไทยกับจีนในตลาดประเทศที่สาม ด้านการค้า นอกจากนั้นประเทศไทยยังมีคู่แข่งรายใหม่ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม เวียดนามได้เร่งรัดพัฒนาประเทศและมีบทบาทสำคัญบนเวทีการค้าโลก นโยบายส่งเสริมการลงทุนของเวียดนามดึงดูดเงินเข้าประเทศเพิ่มขึ้นและเป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทยทั้งด้านการค้าและการลงทุน

## แบบฝึกหัด

1. วิเคราะห์เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ตามหัวข้อดังต่อไปนี้
  - 1.1 ผลผลิตภัณฑ์ประชาชาติ
  - 1.2 รายได้ประชาชาติ
  - 1.3 รายได้ต่อหัว
  - 1.4 ผลผลิตภัณฑ์ในประเทศ
  - 1.5 อัตราเงินเฟ้อ
  - 1.6 การเงินการคลัง
  - 1.7 อัตราแลกเปลี่ยน
2. จงวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ผ่านมาในอดีตจนถึงปัจจุบัน
3. จงเปรียบเทียบการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ หรือเศรษฐกิจยุคไอทีในต่างประเทศ เช่น อเมริกา ยุโรป อาเซียน ลาตินอเมริกา ฯลฯ
4. ตามความเข้าใจของท่าน “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” หมายความว่าอย่างไร มีบทบาทและความสำคัญอย่างไรในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลอดจนแนวโน้มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
5. ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันสูงกับประเทศจีนซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต เนื่องจากค่าแรงงานของประเทศจีนถูกกว่าประเทศไทย นอกจากนั้นก็ยังมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาคือ เวียดนาม ให้วิเคราะห์ ดังต่อไปนี้
  - 5.1 ผลกระทบต่อประเทศไทยและตลาดคู่แข่งเมื่อจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก
  - 5.2 การค้าของประเทศจีนกับตลาดโลกย้อนหลัง 10 ปี
  - 5.3 การค้าระหว่างประเทศระหว่างจีนและไทย
  - 5.4 แนวโน้มการค้าระหว่างประเทศของจีนในอนาคต
  - 5.5 การค้าระหว่างประเทศไทยกับเวียดนาม
  - 5.6 การแข่งขันการค้าระหว่างประเทศไทยกับเวียดนาม