



การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาธารณรัฐประชาชนจีน Small and Medium Enterprise Development in the People's Republic of China

ชุตีระ ระบอบ ชีรวิทย์ สุรรัตน์นท์ พิษณุ วรรณกุล พรวิสา ทาระคำ อภิญญา ไกรสำโรง
ชณิชา หมอยาคี พัชรา โพชะนิกร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ 18/18 ถ.บางนา-ตราด ต.บางโหลง อ.บางพลี
จ.สมุทรปราการ 10540

Chutira Rabob, Cheerawit Sureerattanan, Pisanu Wanakul, Pornvisa Tharakhum,
Apinya Kraissamrong, Chanicha Moryadee, Patchara Phochanikorn
The Faculty of Business Administration Huachiew Chalermprakiet University
E-mail : chutira99@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาธารณรัฐประชาชนจีน ใช้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากสื่อและสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การกำหนดขนาดของวิสาหกิจ ปัญหาอุปสรรคมาตรการส่งเสริมและพัฒนา การปกป้องวิสาหกิจเพื่อลดความเสียหายเปรียบแข่งขันของธุรกิจจากต่างประเทศ แหล่งและสถานที่ผลิตสินค้าสำคัญ ยี่ห้อสินค้าหรือแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีนพัฒนามาเป็นลำดับ มีการแบ่งประเภทโดยยึดกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมสำคัญทำให้แตกต่างจากประเทศอื่น เช่น จำแนกประเภทบริษัทต่างชาติออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มฮ่องกง กลุ่มมาเก๊าและไต้หวัน และกลุ่มประเทศอื่นๆ ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ปัญหาการระดมเงิน ขาดจำกัดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การบริหารจัดการไม่มีประสิทธิภาพ และการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ปัจจุบันทางการจีนสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นในเมืองต่างๆ เพื่อขยายช่องทางการตลาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาวิสาหกิจในประเทศจีน บริษัทต่างชาติในจีน



Abstract

The objectives of this article were to study the small and medium enterprise development in the People's Republic of China. The collection of data was collaborative inquiry and multiple data sources from media and publications in order to have knowledge and understanding the definition and role of SMEs in China, enterprise classification, size of enterprise, problems and threats, promotion and encourage measures, SMEs protection to reduce disadvantage form foreigner investors, importance of production sites, famous brand name of China's SMEs and SMEs development via electronic commerce. The results found that there was continuous development of China's SMEs, business and industry SMEs cluster's which difference from other countries and SMEs were driven mechanism of China's economic system. However there were some of SMEs problems such as practice rules and regulations, the restrict of funding access, inefficient of management, the competitive disadvantage of foreign market entry. Nowadays Chinese government develop the promotion plan for electronic commerce in many regions for expanding distribution channels.

KeyWords: Small and Medium Enterprise, SMEs development in China, Foreign Company in China

บทนำ

คณะกรรมการการปฏิรูปและพัฒนาประเทศ (National Development and Reform Commission : NDRC) สถาบันวิจัยเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (Institute for International Economic Research : IIER) (มีนาคม 2551) จัดทำรายงานในหัวข้อ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีน “SMEs Development in China : A Policy Perspective on SMEs Industrial Clustering” อธิบายว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีนมีการพัฒนาความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและมั่นคงในระยะเวลา 2 ทศวรรษที่ผ่านมา อันเป็นผลมาจากการที่รัฐบาลจีนตระหนักถึงความสำคัญในการให้ความสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเป็นรากฐานการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของจีน ซึ่งแต่เดิมเป็นการใช้วิธีการวางแผนจากส่วนกลางมีการกำกับและควบคุมอย่างเข้มงวด ต่อมา ประเทศจีนประกาศใช้นโยบายเปิดประเทศ (Open Door Policy) ทำให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจในระดับต่างๆ อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม สถานการณ์



ที่เป็นอยู่ในระยะแรก ๆ การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีจุดอ่อน อาทิ การขยายช่องทางการตลาดเชื่อมโยงกับภายนอก นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี และข้อจำกัดทางด้านการเงิน ที่เป็นอุปสรรคขัดขวางความก้าวหน้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รัฐบาลจีนได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ ในอันที่จะเป็นการเกื้อหนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มพูนขีดความสามารถในการแข่งขันโดยเฉพาะในเชิงของคุณภาพและการให้บริการให้แบบมืออาชีพ การสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม (Cluster) ตามศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละพื้นที่ (Lekee, 2005) นับเป็นจุดมุ่งหมายสำคัญอันดับแรกๆ ที่เชื่อว่า จะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบในเชิงการแข่งขันกับสากล การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ การใช้แรงงานที่มีทักษะและฝีมือสูง และการกระจายความมั่งคั่งอย่างกว้างขวาง โดยประสานเข้าด้วยกันของระบบการผลิต ตลาด และโซ่อุปทานเป็นหลักสำคัญของการรวมกลุ่มทำให้เกิดแนวคิด “หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์”(One Village, One Product) และ “หนึ่งเมือง หนึ่งอุตสาหกรรม” (One Town, One Industry) ขึ้น (Lie Xianfeng, 2018) บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาธารณรัฐประชาชนจีนเพื่อให้ผู้อ่านมีมุมมองที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

การจำแนกกิจการในประเทศจีน

รัฐบาลจีนได้มีการจำแนกกิจการต่าง ๆ ออกเป็น 4 ประเภท คือ (Jia Chen, 2019)

(1) รัฐวิสาหกิจ (State-owned Enterprise) หมายถึง กิจการที่รัฐบาลจีนเป็นผู้จัดตั้งขึ้น มีลักษณะของการควบคุมการบริหารงานดำเนินการโดยองค์การของรัฐ มีการแบ่งลำดับชั้นของการกำกับดูแลลดหลั่นกันไปตั้งแต่รัฐบาลส่วนกลาง มณฑล เมือง และอำเภอ (ในเขตเมือง องค์การบริหารส่วนอำเภอ ขึ้นกับคณะผู้บริหารระดับนคร อาทิมหานครช่างไห่ ขณะที่ในเขตชนบทหรือพื้นที่ห่างไกล องค์การบริหารส่วนอำเภอขึ้นกับคณะผู้บริหารระดับมณฑล)

(2) กิจการชุมชน (Collective Ownership Enterprise) หมายถึง กิจการที่เกิดจากการร่วมทุนของกลุ่มชาวจีน โดยมากจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตชุมชนเดียวกัน กิจการประเภทนี้มีความหลากหลายและมีรูปแบบที่แตกต่างกันจำนวนมาก อันเป็นผลมาจากความแตกต่างกันของรูปแบบการบริหารประเทศ ได้แก่

- กิจการท้องถิ่น (Public Enterprise) เป็นกิจการที่จัดตั้งขึ้นโดยองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ อาทิ องค์การบริหารส่วนอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นรูปแบบอื่น กิจการประเภทนี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด

- กิจการหมู่บ้าน (Village and Township Enterprise) เป็นกิจการที่จัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มคนในชุมชน (Commune) ส่วนใหญ่กิจการแบบนี้จะเปลี่ยนรูปแบบมาจากโรงงานในท้องถิ่นที่มีชุมชนเป็นเจ้าของ



- กิจการสหกรณ์ (Cooperative Stock Corporation) เป็นกิจการที่เริ่มต้นจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรในระยะแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อสมาชิก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกิจการชุมชน (Collective Ownership Enterprise) มีรูปแบบที่ค่อนข้างจะหลากหลาย ปัจจุบัน รัฐบาลกลางของจีนจึงได้พยายามที่จะเข้าไปสร้างมาตรฐานการดำเนินงานให้กับกิจการเหล่านี้ สหกรณ์ที่สำคัญได้แก่ สหกรณ์การซื้อและการขาย สหกรณ์สินเชื่อในชนบท สหกรณ์ผู้ผลิตทางการเกษตร สหกรณ์หัตถกรรม สหกรณ์การแพทย์ สหกรณ์การท่องเที่ยว สหกรณ์ที่อยู่อาศัย สหกรณ์การพัฒนาและอนุรักษ์วัฒนธรรม เป็นต้น

(3) บริษัทเอกชน (Private-run Enterprise) หมายถึง กิจการที่ก่อตั้งโดยปัจเจกบุคคล ส่วนใหญ่มักจะมีมากกว่า 2 คนขึ้นไป และปรากฏสัดส่วนของการถือครองหุ้นของแต่ละบุคคลอย่างชัดเจน เดิมกิจการประเภทนี้ได้รับการพิจารณาว่า เป็นกิจการที่ไม่ถูกกฎหมาย แต่ต่อมาได้รับการผ่อนปรนเป็นลำดับจากนโยบายการเปิดเสรีทางค้าและการลงทุน (Open-the-door Policy) ของรัฐบาลจีน และได้รับการกำหนดว่าเป็นกิจการรูปแบบใหม่ของระบบเศรษฐกิจสังคมนิยม (Supplement for a Socialistic Public Owned Economy) ในช่วงกลางปี.ศ. 2542 รัฐบาลจีนได้ประกาศให้กิจการประเภทนี้เป็นกิจการที่ถูกกฎหมาย สำหรับเงื่อนไขของกิจการที่จะเรียกว่า บริษัทเอกชนคือ ต้องมีคนงานอย่างน้อย 8 คน ขณะที่กิจการที่มีคนงานน้อยกว่า 8 คนจะเรียกว่า วิสาหกิจส่วนบุคคล (Individual Enterprise) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันรูปแบบทั้งสองนี้มักจะถูกเรียกรวมว่า บริษัทเอกชน (Private-run Enterprise)

(4) บริษัทต่างชาติ หรือบริษัททุนต่างชาติ (Foreign Capital Enterprise) หมายถึง กิจการที่มีเจ้าของหรือผู้ลงทุนเป็นชาวต่างประเทศ (Foreign Enterprise) ได้รับการก่อตั้งโดยการร่วมลงทุนหรือทำสัญญาร่วมกัน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทแรก กิจการที่ถือหุ้นโดยชาวต่างประเทศทั้งหมด (100% Foreign Capital Enterprise) และประเภทที่สอง กิจการร่วมทุน (Joint-venture) ปัจจุบัน รัฐบาลจีนได้จำแนกประเภทของบริษัทต่างชาติออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1. กลุ่มฮ่องกง 2. กลุ่มมาเก๊าและไต้หวัน และ 3. กลุ่มประเทศอื่นๆ

นับตั้งแต่อดีตประธานาธิบดี เต็ง เสี่ยว ผิง ของจีนใช้นโยบายเศรษฐกิจแบบเสรี (Free Economy) ร่วมกับการปฏิรูปเศรษฐกิจเมื่อปี.ศ. 2523 หรือเมื่อประมาณ 40 ปีที่ผ่านมา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Sized Enterprises : SMEs) ในประเทศจีนเริ่มเป็นที่รู้จักและเข้าใจว่าเป็นกลไกหลักที่สำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลจีนได้เริ่มต้นด้วยการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่เมืองต่าง ๆ ก่อน ที่เรียกว่า “เมืองวิสาหกิจ” (Township Enterprises หรือ State-owned Enterprises : SOEs) หลังจากนั้น ได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของแรงผลักดันสำหรับภาคธุรกิจ



เอกชนที่ส่งผลให้เป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ การตลาด และการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศติดตามมา การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีนในระยะแรกจำแนกออกเป็น 16 สาขา ได้แก่ เกษตรกรรม อุตสาหกรรม ป่าไม้ ปศุสัตว์และประมง ก่อสร้าง ค้าส่ง ค้าปลีก การขนส่งและโลจิสติกส์ คลังสินค้า ไปรษณีย์ โรงแรม อาหาร การเผยแพร่ข่าวสาร ซอฟต์แวร์และบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ อสังหาริมทรัพย์ การจัดการทรัพย์สิน การให้เช่าและบริการทางธุรกิจ โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดขนาดของวิสาหกิจที่สำคัญคือ จำนวนพนักงาน เงินทุนหมุนเวียน และสินทรัพย์รวม ประกอบด้วยสิ่งก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าและบริการพาณิชย์ต่าง ๆ จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมดในจีนปัจจุบัน (ในจำนวนนี้มีมากกว่าร้อยละ 80 ได้มีการลงทะเบียนกับภาครัฐ นับถึงเดือนกรกฎาคมพ.ศ. 2560 ในจำนวนนี้เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม 23.28 ล้านราย เป็นธุรกิจส่วนตัว 50 ล้านราย มีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 60 ของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี.) นอกจากนี้ ธุรกิจดังกล่าวยังเป็นแหล่งสร้างงานที่สำคัญให้กับคนในประเทศถึงร้อยละ 82 สามารถสร้างงานในเขตเมืองจำนวน 44.7 ล้านราย ในชนบทจำนวน 25.6 ล้านราย หน่วยธุรกิจจำนวน 6.518 ล้านหน่วย เป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เกินกว่า 5 ล้านหยวนจำนวนทั้งสิ้น 452,872 ราย แบ่งออกเป็นขนาดใหญ่ 3,742 ราย ขนาดกลาง 42,906 ราย และขนาดเล็ก 406,224 ราย ทำให้สร้างรายได้ทางภาษีคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของรายได้จากภาษีทั้งหมดของภาครัฐ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 ของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (Xihua, 2017)

จากรายงานวิจัยเรื่อง Development of Chinese Small and Medium-sized Enterprises โดย Jia Chen (2019) ตีพิมพ์ในวารสาร Journal of Small Business and Enterprise Development ฉบับที่ 13 เล่มที่ 2 หน้าที่ 140-147. รายงานว่า ประวัติการพัฒนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจีนในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาจำแนกช่วงการพัฒนาออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่หนึ่ง ระยะของการปฏิรูปและเปิดประเทศของจีนระหว่างปีค.ศ. 1978-1992 เป็นช่วงการขยายตัวทั้งในด้านจำนวนและขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อันเป็นผลมาจากการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาลจีนที่มีต่อการพัฒนากิจการเมือง (Township) กิจการชุมชน (Collective) และธุรกิจส่วนตัว (Self-employed Enterprises) ทำให้เป็นรากฐานของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชน ระยะที่สองระหว่างปี ค.ศ. 1992-2002 ในช่วงนี้มุ่งเน้นการส่งเสริมและปฏิรูปรัฐวิสาหกิจ (State-owned SMEs) และพัฒนาภาคธุรกิจเอกชน (Non-public Sectors) โดยรัฐบาลได้ออกมาตรการต่างๆ เช่น การปรับโครงสร้างของกิจการ (Restructuring) การควบรวมและยึดกิจการเป็นของรัฐ (Merger and Acquisition) การร่วมทุนเป็นหุ้นส่วน (Joint Partnership) การเช่าซื้อ (Leasing) การทำสัญญาและการขายออก (Contracting

and Sell-off) เพื่อเร่งรัดการปฏิรูปรัฐวิสาหกิจของประเทศ ขณะเดียวกันในอีกด้านหนึ่งเป็นการลดบทบาทการเข้าไปดูแลกำกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของหน่วยงานของรัฐลงอย่างช้า ๆ ในขณะที่สถานการณ์เอื้ออำนวยจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ในระยะนี้นับเป็นช่วงระยะเวลาที่สำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีน สำหรับระยะที่สาม เริ่มต้นเมื่อปีค.ศ. 2002 (พ.ศ. 2545) หรือเมื่อประมาณ 15 ปีที่ผ่านมา โดยรัฐบาลจีนได้ออกกฎหมายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises Promotion Law) นับเป็นสัญญาณการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ยุคใหม่ (New Era) บทบาทสำคัญของภาครัฐในช่วงระยะนี้ ได้แก่ การบังคับใช้กฎหมายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีสาระสำคัญดังนี้ (Liu Xiangfeng, 2008)

1. การดำเนินงานตามนโยบายปรับปรุงและกำหนดมาตรการเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจส่วนตัว
3. การเพิ่มระดับการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
4. การให้ความสนับสนุนและส่งเสริมนวัตกรรมทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
5. การจัดโครงสร้างภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้รับประโยชน์สูงสุด
6. การเพิ่มคุณภาพรวมและสร้างรายได้เปรียบเทียบแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจีนได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่มีการปฏิรูประบบเศรษฐกิจในด้านขนาด จำนวน สถานะทางการเงิน และผลกำไรของกิจการ มีปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ประการแรก การพัฒนาวิสาหกิจเมือง (Township Enterprises) ส่วนใหญ่มีขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นกุญแจหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาวิสาหกิจ โดยไม่เพียงแต่แก้ปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคเกษตรกรรม สู่ภาคที่มีใช้เกษตรกรรม และการเพิ่มรายได้ของเกษตรกร ประการที่สอง ได้แก่ การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของธุรกิจเอกชน (Private-owned SMEs) รัฐบาลจีนตระหนักดีว่าเป็นรากฐานการคำนวณระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม (The Socialist Public Economy) ในปีค.ศ. 2004 รัฐบาลจีนได้แก้ไขรัฐธรรมนูญเพื่อให้ความช่วยเหลือธุรกิจภาคเอกชนในระบบเศรษฐกิจตลาดสังคมนิยม มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น

(ชุตีระ ระบอบ, 2558)



การจัดแบ่งประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีน

ปัจจุบันจีนแบ่งประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (中小企业标准暂行规定) ตามประเภทธุรกิจ ดังนี้

ตารางที่ 1-1 การแบ่งประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีน

ประเภท	จำนวนคนงาน (คน)		ยอดขาย (ล้านหยวน)		สินทรัพย์ (ล้านหยวน)	
	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
อุตสาหกรรม	300-2,000	<300	30-300	<30	40-400	<40
ก่อสร้าง	600 - 3,000	<600	30 - 300	<30	40 - 400	<40
ค้าส่ง	100 - 200	<100	30 - 300	<30		
ค้าปลีก	100 - 500	<100	10 - 150	<10		
การขนส่ง	500 - 3,000	<500	30 - 300	<30		
ไปรษณีย์	400 - 1,000	<400	30 - 300	<30		
ที่พักอาศัยและร้านอาหาร	400 - 800	<400	30 - 150	<30		

ที่มา : Liu Xiangfeng. (2008).

อนึ่ง การให้คำนิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีนค่อนข้างจะซับซ้อน ในรายงานความร่วมมือภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation : APEC) (2003) กล่าวถึงการให้คำนิยามของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของแต่ละประเทศจะมีความหลากหลาย หากแต่โดยทั่วไปจะมีลักษณะร่วมกันคือ พิจารณาจากจำนวนคนงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีคนงานระหว่าง 100-500 คน แต่ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 จะมีคนงานประมาณ 5 คนหรือน้อยกว่า เป็นลักษณะของการประกอบธุรกิจส่วนตัวมากกว่า (Self-employed Individuals) ขณะที่ประเทศจีนมีประชากรจำนวนมาก การนิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงเป็นการจัดกลุ่มตามประเภทของอุตสาหกรรม (Industrial Clusters) และขึ้นอยู่กับจำนวนคนงาน รายได้ต่อปี สินทรัพย์รวม โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่จะมีคนงานจำนวน 2,000 คน ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางจะมีคนงานระหว่าง 301-2,000 คน และขนาดย่อมจะมีคนงานน้อยกว่า 300 คน จึงเป็นข้อสังเกตว่าประเทศจีนมีการจัดแบ่งขนาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างจากประเทศอื่น

เมื่อพิจารณาลักษณะการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศจีน พบว่าส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในภูมิภาคตะวันออก (ร้อยละ 68.58) ภูมิภาคตอนกลาง (ร้อยละ 20.14) และภูมิภาคตะวันตก (ร้อยละ 11.28) โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในบริเวณ 5 เมืองที่สำคัญของประเทศจีนเกือบครึ่งหนึ่งคือ ร้อยละ 48.4 ได้แก่ เมืองเจียงซู เจิ้งเจียง กว่างตง ซ่างไห่ และซานตง คิดเป็นร้อยละ 11.6, 10.4, 9.9, 8.9 และ 7.6 ตามลำดับ สำหรับรายได้ต่อปีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง ร้อยละ 38.2 ธุรกิจก่อสร้าง ร้อยละ 6.4 ธุรกิจบริการขนส่งและจัดเก็บ ร้อยละ 2.6 (Liu Xiangfeng, 2008)



ภาพที่ 1-1 เมืองสำคัญ 5 เมืองที่ตั้งของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีน

ที่มา : <https://www.chinadiscovery.com> (September 2019)



ตารางที่ 1-2 จำนวนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีน (ปีค.ศ. 2012-2020) หน่วย : ล้านราย

ปีค.ศ.	จำนวนราย (1:1,000,000)
2020	43.03 (ประมาณการ)
2019	38.82
2018	34.37
2017	29.35
2016	24.64
2015	20.55
2014	17.57
2013	14.73
2012	13.16

ที่มา : บุษกร หลี. (2560).

ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจีน

ในช่วงของการเร่งรัดพัฒนาประเทศรัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญโดยมุ่งเน้นสนับสนุนการลงทุนของวิสาหกิจขนาดใหญ่เพื่อเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ ให้ความสำคัญกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรองลงมา ทำให้การพัฒนาในระยะเริ่มแรกเป็นไปอย่างล่าช้าต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ สภาพปัญหาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีน สรุปประเด็นสำคัญดังนี้ (Xihua, 2017).

1. ปัญหาอุปสรรคด้านกฎระเบียบและนโยบายของรัฐบาล

กฎระเบียบและนโยบายของภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจีนทำให้เป็นข้อจำกัดของการพัฒนาความเติบโตในการดำเนินธุรกิจ เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุน มาตรการทางด้านภาษี นโยบายการดึงดูดการลงทุนมักให้ความสำคัญกับกิจการที่เป็นของภาครัฐและของต่างชาติขนาดใหญ่ อาทิ ธุรกิจต่างชาติ จะได้สิทธิประโยชน์จากการยกเว้นทางภาษี เป็นต้น ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีนไม่สามารถพัฒนาให้มีความเติบโตได้อย่างรวดเร็วได้

2. ปัญหาข้อจำกัดทางการเงิน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีนส่วนใหญ่ต้องประสบกับสภาวะที่เรียกว่าการขาดสภาพคล่องทางการเงิน กลไกการดำเนินงานของสถาบันการเงินและการปล่อยสินเชื่อ



ของสถาบันทางการเงินของจีนไม่เอื้อต่อการดำเนินงาน ทำให้การขยายตัวของธุรกิจต้องประสบกับภาวะหยุดชะงักขาดเงินทุน เนื่องจากธนาคารหรือสถาบันทางการเงินต้องการลดความเสี่ยงของการเกิดหนี้เสีย จึงไม่ปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือทางการเงินต่ำ และมีความไม่แน่นอนของผลประกอบการ ในขณะที่เดียวกันในช่วงที่ธุรกิจต้องการเงินกู้ยืมอย่างเร่งด่วนเพื่อขยายการลงทุน ขั้นตอนการดำเนินงานของสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อกลับมีความซับซ้อนและไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้

3. ปัญหาระบบการบริหารจัดการไม่มีประสิทธิภาพ

การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีนระยะแรกๆ เริ่มจากธุรกิจอุตสาหกรรมในระบบครัวเรือนการบริหารจัดการส่วนใหญ่ยังยึดติดกับระบบการบริหารแบบครอบครัว ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมและพัฒนาไม่สามารถปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักจะใช้วิธีการบริหารแบบดั้งเดิมโดยเชื่อมั่นว่าจะนำไปสู่ความสำเร็จดังเช่นที่ผ่านมาได้ ทำให้การบริหารงานไม่เป็นระบบ ขาดการวางแผน การตรวจสอบติดตามทางการเงินที่เข้มงวดส่งผลให้ขาดความน่าเชื่อถือทางธุรกิจ

4. ปัญหาความเสียเปรียบด้านตลาดต่างประเทศ

ตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจีนจะจำกัดอยู่แต่เฉพาะภายในประเทศ เนื่องจากไม่สามารถสู้กับคู่แข่งในในตลาดต่างประเทศ และเสียเปรียบในด้านเทคโนโลยีเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางการค้า อันเป็นผลลัพธ์จากการที่ไม่ได้รับความสนับสนุนด้านการเงินจากภาครัฐ ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีนยังคงเป็นในลักษณะใช้แรงงานจำนวนมาก (Labor-intensive) มากกว่าที่จะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

5. ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข้อมูลสารสนเทศ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยทั่วไปจะประสบปัญหาการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐบาลกลางหรือท้องถิ่น ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ราคาวัตถุดิบ และปัจจัยการผลิต การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี เป็นต้น เนื่องจากประเทศจีนมีพื้นแผ่นดินที่กว้างใหญ่ การคมนาคมขนส่งยังไม่ทั่วถึง การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตยังทำได้เฉพาะตามเมืองใหญ่ๆ เท่านั้น

การกำหนดมาตรการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจีน

จากการที่รัฐบาลจีนให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยตระหนักดีว่าเป็นรากฐานของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ได้มีการกำหนดมาตรการในด้านต่างๆ ดังนี้



1. มาตรการบังคับใช้กฎหมายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างมาตรการสำหรับระบบประกันสินเชื่อสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งความพยายามป้องกันการผูกขาดในธุรกิจบางสาขา และการสร้างนโยบายการกระตุ้นการลงทุนจากเอกชน
2. มาตรการสนับสนุนทางด้านภาษีและการเงิน โดยการเพิ่มเงินทุนพิเศษสำหรับเป็นงบประมาณเพื่อช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการวางนโยบายเร่งด่วนเพื่อช่วยลดอัตราดอกเบี้ยเงินได้ถึงร้อยละ 50
3. มาตรการขจัดปัญหาทางการเงิน โดยการเพิ่มเงินทุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เน้นการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์แห่งใหม่ของประเทศจีน (ChiNext) และพัฒนาการประกันสินเชื่อในภาคธุรกิจ
4. มาตรการสนับสนุนยกระดับและปรับโครงสร้างกิจการ โดยการลงทุนในส่วนวิจัยและพัฒนา เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่และการพัฒนาคุณภาพสินค้าในภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. มาตรการพัฒนาระบบบริการทางสังคม โดยการให้คำแนะนำและสนับสนุนตัวแทนภาคบริการเพื่อให้อุปสงค์ การฝึกอบรม การลงทุน การตรวจสอบคุณภาพและการบริการจัดการให้กับ การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
6. มาตรการสร้างความเข้มแข็งด้านการจัดการ โดยการจัดหาที่ปรึกษาเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งเสริมระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ปรับปรุงระบบดำเนินงาน ยกกระดับโครงสร้างการจัดการให้มีความสมบูรณ์ รวมทั้งส่งเสริมนวัตกรรมจัดการในการดำเนินธุรกิจ

การปกป้องวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศจีน

จากการที่รัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอีกด้านหนึ่งได้มีแนวทางและวิธีปฏิบัติในเชิงกีดกันและลดความเสียหายเปรียบในเชิงการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศจีน ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมจากนักลงทุนจากต่างประเทศที่จะเข้าไปทำธุรกิจในประเทศจีน สำหรับแนวทางที่สำคัญของทางการจีนมีดังนี้ (นิ่มนวล ผิวทองงาม, 2559)

1. มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff Barriers : NTBs) เช่น ความเข้มงวดในการตรวจตราสินค้านำเข้าของแต่ละมณฑล โดยมีมาตรฐานทางด้านพิธีการศุลกากรที่แตกต่างกันทำให้เกิดความไม่สะดวกจากขั้นตอนปฏิบัติที่มีความยุ่งยากและใช้ระยะเวลานาน



2. การกระจายสินค้าจากต่างประเทศเข้าไปในตลาดจีนไม่สามารถกระทำได้ง่าย เนื่องจากมีความแตกต่างกันในพิธีการ กฎระเบียบ ปฏิบัติของแต่ละมณฑล มีการผูกขาดทางด้านระบบการขนส่ง และ โลจิสติกส์เป็นอุปสรรคสำหรับนักลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้าสูง

3. ในแต่ละพื้นที่เมือง และมณฑลของประเทศจีน มีกฎระเบียบเกี่ยวกับการขออนุญาตดำเนินธุรกิจของธุรกิจจากต่างประเทศที่แตกต่างกันในแต่และพื้นที่ มีรายละเอียดปลีกย่อยเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติค่อนข้างมาก มีความเป็นชาตินิยมสูง อีกทั้งเป็นการควบคุมจากส่วนกลางอย่างเข้มงวดเพื่อป้องกันมิให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีนเผชิญกับการแข่งขันจากภายนอกที่มีความพร้อม

4. ปัญหาด้านการชำระเงินที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ แต่ละพื้นที่ของจีนยังไม่มีกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานสากล ระบบธนาคารยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร การเจรจาทางการค้ามักจะอาศัยความไว้วางใจหรือความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นสำคัญ โดยยึดตัวบุคคลเป็นหลัก

แหล่งและสถานที่ผลิตสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีน

สำหรับแหล่งผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีนที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยู้งักกันคิมิดังนี้ (China Industry News ฉบับวันที่ 3 กันยายน 2562)

1. แหล่งผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics)

สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ประเภท โทรศัพท์มือถือ อะไหล่ เครื่องเล่นดีวีดี กล้อง ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอทีต่าง ๆ แหล่งผลิตใหญ่อยู่ที่เมืองเสินเจิ้น แต่ถ้าเป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าจะมีแหล่งผลิตใหญ่ ที่เมืองกวางโจว มณฑลกว่างตง อีกแหล่งคือเมืองหลิงโปว มณฑลเจ้อเจียง

2. แหล่งผลิตสินค้าเครื่องปั้นดินเผา แก้ว (Earthenware and Glass)

สินค้าเครื่องปั้นดินเผาแหล่งผลิตใหญ่จะอยู่ที่เมืองซัวเถา มณฑลกว่างตง มีทั้งแก้ว ของใช้จากเซรามิก ตุ๊กตาปั้นต่าง ๆ

3. แหล่งผลิตสินค้าประเภทไม้ (Wood)

เป็นสินค้าที่ทำจากไม้เป็นวัตถุดิบทุกประเภท เช่น ไม้แกะสลัก กรอบรูป ของใช้ต่าง ๆ จากไม้ ขามไม้ ซ้อนไม้ ของตกแต่งจากไม้ รวมทั้งของสะสมประเภทไม้ เป็นต้น ตั้งแต่ราคาถูกจนถึงราคาแพง เหล่านี้มีแหล่งผลิตใหญ่อยู่ที่เมืองต่งหยาง ช่างไห่

4. แหล่งผลิตสินค้าประเภทเสื้อผ้า (Cloths)

เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด แหล่งขายส่งเสื้อผ้าใหญ่ที่สุดของจีนคือ เมืองกวางโจว ในเขตนครกว่างตง สำหรับเมืองเจียงซู ได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งแฟชั่น



5. แหล่งผลิตมุก หยก และอัญมณี (Pearl, Jade and Gem)

ตลาดชุกี อยู่ในมหานครช่างไห่มีชื่อเสียงด้านมุกและของประดับต่าง ๆ ที่ทำจากมุก และยังมีอัญมณีในแบบจีน แต่ถ้าเป็นหยกจะมีขายอยู่หลายแห่ง โดยเฉพาะศูนย์กลางที่เมืองกวางโจว

6. แหล่งผลิตชุดชั้นใน สินค้าทั่วไปรวมทั้งสินค้าลอกเลียนแบบ (Underware, Toy, Knockoff)

เป็นแหล่งผลิตสินค้าขายปลีกและส่ง โดยเฉพาะสินค้าทั่วไปที่มีราคาไม่แพงมีศูนย์กลางที่เมืองอู้อี้ ของเล่นต่างๆ มีจำนวนมากที่เมืองซัวเถา สินค้าลอกเลียนแบบแหล่งใหญ่อยู่ที่เมืองกวางโจว สำหรับชุดชั้นในสตรีมีศูนย์กลางจำหน่ายที่เมืองซัวเถาและกวางโจว

7. แหล่งผลิตของเล่น (Bauble)

กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองตงกวน มณฑลกว่างตง ซึ่งเป็นที่ตั้งโรงงานผลิตของเล่นที่สำคัญของประเทศจีน

ยี่ห้อหรือแบรนด์สินค้าที่มีชื่อเสียงของประเทศจีน

จากการที่ประเทศจีนเป็นห่วงโซ่อุปทานที่ใหญ่ที่สุดในโลก เนื่องจากมีประชากรจำนวนถึง 1,390.08 ล้านคน หรือประมาณ 1 ใน 5 ของจำนวนประชากรโลก (Jia Chen, 2019) เป็นทั้งแหล่งวัตถุดิบของโลก (ต้นน้ำ) แหล่งผลิตสินค้าที่ใหญ่ที่สุด (กลางน้ำ) และตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่มีกำลังซื้อมหาศาล (ปลายน้ำ) เดิมประเทศจีนมีบทบาทจำกัดอยู่ที่เป็นฐานการผลิตสินค้าเพื่อป้อนให้กับบริษัทแม่ในต่างประเทศ ทำให้แบรนด์ที่จ้างผลิตนั้นเป็นสินค้าของประเทศต่างๆ เพียงแต่ระบุคำว่า Made in China เท่านั้น ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศจีนได้เปลี่ยนโฉมหน้าการวางระบบและแผนเศรษฐกิจใหม่ ไม่เพียงแต่จะยังคงเป็นฐานการผลิตสินค้าให้กับประเทศต่างๆ เท่านั้น แต่ยังพัฒนาการผลิตสินค้าในแบรนด์ของตนเอง ที่ระบุยี่ห้อและชื่อเป็นของประเทศจีนอย่างชัดเจน จากเดิมที่สินค้าของประเทศจีนไม่ได้รับความนิยมเพราะถูกมองว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกต่างยอมรับสินค้าจากประเทศจีนมากขึ้น ด้วยเหตุผลที่ว่า เป็นสินค้ามีหลายระดับหรือเกรดให้เลือกบริโภค สินค้าที่มีคุณภาพสูงก็จะมีราคาแพง สินค้าที่มีราคาถูกและมีคุณภาพรองลงมา ทำให้เกิดแบรนด์ของสินค้าที่มีความหลากหลาย สินค้าจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีนสามารถสร้างแบรนด์จนได้รับความนิยมและมีมูลค่ามากที่สุด ที่ได้รับการประเมินจากสภาส่งเสริมการพัฒนาแบรนด์สินค้า (China Council for Brand Development) สภาส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (China Council for the Promotion of International Trade) และสมาคมประเมินค่า (China Appraisal Society) ได้ประเมินมูลค่าแบรนด์สินค้าของประเทศจีน ประจำปีค.ศ.2016 อันดับสูงสุดจำนวน 10 รายการ ดังนี้ (China Industry News, 2019)



ตารางที่ 1-3 ชื่อแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของจีน

อันดับที่	ชื่อวิสาหกิจ	ประเภทผลิตภัณฑ์	มูลค่าทางการตลาด (พันล้านหยวน)
1.	Tsingtao Brewery Co., Ltd.	เบียร์	35.79
2.	Dongeejiao Pharmaceutical Co., Ltd.	ยาและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงสุขภาพ ตำรับดั้งเดิมโบราณของประเทศจีน	34.05
3	Zhangzhou Pientzehuang Pharma- ceutical	ยาแผนโบราณจีนโดยใช้เทคโนโลยีในการ พัฒนา	24.82
4	Shanxi Xinghuacun Fenjiu Group	ไวน์จากมณฑลซานซี	15.93
5	Bright Food Group	อาหารและเครื่องสำอางใหญ่จากนคร เซี่ยงไฮ้ของจีน	15.72
6	Anhui Yingjia Group	ไวน์รายใหญ่จากมณฑลอานฮุยที่มีชื่อเสียง ของประเทศจีน	13.54
7	Beijing Daoxiangcun Foodstuff	ร้านเบเกอรี่สไตล์จีนและสมัยใหม่	11.23
8	China Quanjude Group	ธุรกิจร้านอาหารเปิดแบบสูตรเป็นปักกิ่ง ที่มีชื่อเสียงทั่วประเทศ มีเมนูให้เลือกจำนวน 400 รายการ	9.11
9	Mayinglong Pharmaceutical Group	ยาเก่าแก่ของประเทศจีน	8.39
10	Shanghai Lao Miao Jewelry	ธุรกิจค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับที่มี จำนวน 62 สาขา และมีแฟรนไชส์จำนวน 200 แห่งทั่วประเทศจีน	5.27

ที่มา : China Industry News. (2019).

การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อมของประเทศจีนผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จีนเป็นประเทศหนึ่งที่ก้าวสู่การเป็นผู้นำในอันดับต้นของโลกโดยเฉพาะทางด้านธุรกิจการค้าบนสื่อออนไลน์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้ตลาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีนมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ปัจจุบันธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลกมีมูลค่าราว 2.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ คาดว่าในอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีมูลค่าสูงถึง 3.5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ประเทศผู้นำด้านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลก ได้แก่ ประเทศจีนด้วยมูลค่าสูงถึง 672.01 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวมากที่สุดร้อยละ 42 หรือเป็นสัดส่วนราวหนึ่งในสามของโลก (คุณากร เหวิน, 2559)



ตารางที่ 1-4 ลำดับ 1 ใน 5 ของประเทศที่มีมูลค่ายอดขายผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สูงสุดของโลก

อันดับที่	ประเทศ	มูลค่ายอดขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
1	จีน	672.01	42.1
2	สหรัฐอเมริกา	349.06	14.2
3	สหราชอาณาจักร	99.39	14.5
4	ญี่ปุ่น	89.55	14.0
5	เยอรมนี	61.84	12.0

ที่มา : World Economic Forum (WEF) และ International Telecommunication Union (ITU)
อ้างถึงใน ขวัญภา พิวนิล (2559).

การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้ประเทศจีนก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลก เห็นได้จากเมื่อต้นเดือนมกราคม พ.ศ. 2560 ทางกรจีนได้ประกาศเพิ่มเมืองทดลองธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อีกจำนวน 10 เมือง ได้แก่ นครไห่โข่ว (มณฑลไห่หนาน) นครซีหนิง (มณฑลชิงไห่) นครอูรูมฉี (เขตปกครองตนเองซินเจียง) เมืองฉินเหลียน (มณฑลเหลียวหนิง) เมืองปาวโถว (มณฑลซานซี) เมืองห่านตาน (มณฑลเหอเป่ย์) เมืองเฉินโจว (มณฑลหูหนาน) เมืองเหมียนหยาง (มณฑลเสฉวน) เมืองอู่จิง (เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ย) และเมืองอู่เจียฉิว (เขตปกครองตนเองซินเจียง) โดยเมืองดังกล่าวยังมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ล้ำหลัง การพัฒนาเมืองทดลองธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวจะมุ่งเน้นการพัฒนาในด้านสิ่งแวดล้อมและกฎระเบียบสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สมบูรณ์แบบมากขึ้น พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งพัฒนารูปแบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเชิงสร้างสรรค์เพื่อยกระดับธุรกิจอุตสาหกรรมดั้งเดิมทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และส่งเสริมช่องทางการค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยในช่วงระยะเวลาหนึ่งปีชาวจีนซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศเฉลี่ย 18 ครั้งต่อคนต่อปีเปรียบเทียบกับจำนวน 7 ครั้งในปีพ.ศ. 2558 (Volker Lorenz, 2019)

นอกจากนี้ สำนักงานบริหารอุตสาหกรรมและการค้าแห่งชาติของจีน (State Administration for Industry and Commerce of the People's Republic of China : SAIC) ได้เปิดให้บริการระบบการจดทะเบียนทางธุรกิจในลักษณะผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศจีนภายในสิ้นปีพ.ศ. 2560 เพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท รวมถึงลดต้นทุนของบริษัทที่เกิดจากส่วนกลาง

ระบบดังกล่าวมีคุณลักษณะ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก เอกสารทุกประเภทสามารถยื่นออนไลน์ ในลักษณะไม่มีการใช้เอกสารหรือไร้กระดาษ (Paperless) ประการที่สอง ผู้ยื่นขอสามารถยื่นเอกสารได้จากทุกสถานที่ โดยไม่ต้องมีการพบเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจสอบเอกสาร และประการสุดท้าย การยื่นเอกสารออนไลน์ไม่มีค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมแต่อย่างใด อันนับเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจีนเป็นอย่างมาก (China Industry News, 2019)

อนึ่ง ประเทศจีนได้เริ่มใช้ใบจดทะเบียนพาณิชย์ที่เรียกว่า “5 in 1” ทั่วประเทศจีน ซึ่งเป็นการรวมใบจดทะเบียนพาณิชย์ ใบรหัสประจำบริษัท ใบจดทะเบียนภาษี ใบจดทะเบียนประกันสังคม และใบจดทะเบียนด้านสถิติเข้าด้วยกัน โดยนับถือสิ้นเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ทางกรจีนได้ออกใบจดทะเบียนพาณิชย์ดังกล่าวแล้วจำนวนกว่า 2.34 ล้านใบ นอกจากนี้ ทางกรจีนได้ประกาศใช้ Application (ชื่อภาษาจีน: 全国企业信用信息公示系统) ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของบริษัทใน 31 มณฑล/เขต/เมืองของจีน ตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม 2559 เป็นต้นไป (Gidon Gautel, 2017) ซึ่งเป็นช่องทางในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของบริษัทในจีน มีการปรับปรุงข้อมูลล่าสุดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือสำหรับการดำเนินธุรกิจรวมทั้งของธุรกิจขนาดย่อมในจีนด้วย

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจีนเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลจีนได้เห็นความสำคัญเพื่อให้เป็นรากฐานของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กำหนดมาตรการทั้งในเพื่อส่งเสริมและปกป้องการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้จีนมีความเจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว สำหรับข้อเสนอแนะทั่วไปก็คือ ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจีนทั้งในด้านจุดอ่อนและจุดแข็งเพื่อนำมาพัฒนาวิสาหกิจให้มีความเข้มแข็ง สำหรับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้เขียน ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญในการเปิดรับเทคโนโลยีสมัยใหม่นำมาประยุกต์ใช้ให้กว้างขวางตลอดจนพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น





บรรณานุกรม

- กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. (2560). ข้อค้นพบจากการธุรกิจ E-commerce จีน ปีพ.ศ. 2557. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2562. จาก Business Information Center. เว็บไซต์: ThaiBizChina.com
- ขวัญนภา ผิวนิล. (2559). แนวทางทางการพัฒนาภาคกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของไทย. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการต่างประเทศ.
- คุณากร เหวิน. (2559). ภาพรวมจีน. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ กรุงปักกิ่ง. Retrieved 11 June 2019, Website : <http://www.statista.com/statistics/china-number-of-small-to-medium-size-enterprises>
- ชุตริระ ระบอบ. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการลงทุนในไทยของผู้ประกอบการชาวจีนในนิคมอุตสาหกรรมไทย-จีน จังหวัดระยอง. *วารสารธุรกิจปริทัศน์* 7(1) หน้า 109-130.
- นันทวล ผิวทองงาม. (2559). บุคแดนมังกร. Retrieved May 22, 2019, Website : <http://www.smethailandclub.com>
- บุญกร หลี. (2560). ภาพรวมจีน. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ กรุงปักกิ่ง. Retrieved June 10, 2019. Website : <http://www.statista.com/statistics/china-number-of-small-to-medium-size-enterprises>
- Asia-Pacific Economic Cooperation. (2003). Small and Medium Enterprise across the Globe. Policy Research Working Paper. The World Bank Development Research Group.
- China Industry News. (2019). แหล่งสินค้าจีน แหล่งผลิตในจีน สถานที่ผลิตสินค้าจีนที่สำคัญ ๆ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.zgjh88.com/>
- China Industry News. (2019). 10 แบรินด์สินค้าจากประเทศจีนที่มีมูลค่ามากที่สุด. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.zgjh88.com/>
- Gidon Gautel. (2019). China's Five-in-One Business License : Pressure Mounts for Foreign Businesses to Implement. China Briefing from Dezan Shira & Associates. Retrieved May 19, 2019. Website : <https://www.china-briefing.com>
- Jia Chen (2019). Development of Chinese small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 13(2) pp.140-147.



Liu Xiangfeng. (2008). Small, micro-businesses become main force in Chinese market Retrieved August 8, 2019, Website : <http://www.chinadaily.com.cn/business>

Lekee, X. (2005). Outward investment of industrial clusters: new way of SME international operation in China. *Technology Economy* 6(1) pp. 42-43.

Volker Lorenz. (2019). China-Statistics & Facts. Retrieved September 11, 2018, Website : <https://www.statista.com/topics>

Xihua. (2017). Small, micro-business become main force in Chinese market. Retrieved 22 April 2019, Website : <http://www.chinadaily.com.cn/business>

