

# การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและธุรกิจนวัตกรรม: โอกาสและศักยภาพความร่วมมือไทย-จีน



**สอวป**

สำนักงานสถาบันนโยบายการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย  
และนวัตกรรมแห่งชาติ

จัดทำโดย

ฝ่ายระบบนิเวศส่งเสริม  
ศักยภาพนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

---

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและธุรกิจนวัตกรรม:  
โอกาสและศักยภาพความร่วมมือไทย-จีน

---

จัดทำโดย

ฝ่ายระบบนิเวศส่งเสริมศักยภาพนวัตกรรมของผู้ประกอบการ  
สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ

2566

## สารบัญ

	หน้า
บทนำ.....	1
1. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-border E-commerce) .....	2
2. โอกาสในการส่งออกสินค้าจากไทยไปจีน .....	2
2.1 การขนส่งสินค้าระหว่างผู้ค้าโดยตรงถึงลูกค้าหรือผู้บริโภค (Business-to-Customer: B2C).....	2
2.2 การขนส่งสินค้าเพื่อการทำธุรกิจระหว่างเจ้าของธุรกิจสู่เจ้าของธุรกิจและเอื้อให้เจ้าของธุรกิจขาย สินค้าไปสู่ผู้บริโภค (Business-to-Business-to-Customer: B2B2C).....	4
2.3 การยกเว้นภาษีอากร .....	5
2.4 ความท้าทายของระบบลอจิสติกส์และศุลกากรในการส่งออกสินค้าสู่ประเทศจีน .....	5
2.5 Trader .....	6
2.6 การจัดพื้นที่ Showcase สินค้า .....	7
3. การพัฒนาเขตเศรษฐกิจนวัตกรรม .....	8
3.1 การพัฒนาเศรษฐกิจในเชิงพื้นที่ระดับภูมิภาค .....	8
3.2 Dual Park .....	9
4. การส่งเสริมธุรกิจนวัตกรรม และการนำเทคโนโลยีขั้นสูงไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Deep-tech Commercialisation) .....	10
1) Microport Group.....	10
2) บริษัท OriginCell .....	11
3) บริษัท Startup ที่ได้รับการลงทุนจาก BOSCH .....	11
4) Yunnan Botanee Biotechnology Group.....	12
5) Yunnan Marvel Additive Manufacturing .....	13
5. ทิศทางการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย.....	14
1) การสนับสนุน Startup โดยองค์กรขนาดใหญ่ (Corporate).....	14
2) Innovation Showcase .....	14
3) การเชื่อมโยง Trader เพื่อช่วยผู้ประกอบการไทยส่งออกสินค้า.....	15
4) การร่วมพัฒนา Dual Park ระหว่างประเทศไทย – จีน.....	15
รายนามคณะผู้จัดทำ .....	17
รายนามหน่วยงานที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและการสัมภาษณ์.....	17

## การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและธุรกิจนวัตกรรม: โอกาสและศักยภาพความร่วมมือไทย-จีน

### บทนำ

ประเทศไทยมีโอกาสสูงในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศจีนและประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งจากนโยบายหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง (Belt and Road Initiative: BRI) และนโยบายความร่วมมือระหว่างประเทศในระดับภูมิภาค อาทิ ความร่วมมือล้านช้าง – แม้โขง และ Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุทธศาสตร์ระเบียงเศรษฐกิจการค้าของจีน ได้แก่ ระเบียงการค้าทางบก-ทางทะเลนานาชาติ (International Land-Sea Trade Corridor) ภายใต้นโยบาย BRI ที่เชื่อมโยงประเทศในทวีปเอเชีย ยุโรป และแอฟริกา เข้าด้วยกัน ซึ่งประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่เป็นศูนย์กลางของการเชื่อมต่อจากประเทศจีนไปยังประเทศอาเซียนทั้งทางบกและทางทะเล โดยมีด่านการค้าทางบกที่สำคัญคือ ด่านมอฮาน-บ่อเต็น ในบริเวณชายแดนประเทศจีนและประเทศลาว เชื่อมโยงมาไทยทางภาคเหนือผ่านเส้นทาง R3A เข้าอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เส้นทางรถไฟ จีน-ลาว ที่เชื่อมต่อมาไทยได้ทั้งทางภาคเหนือโดยเส้นทางทางถนน R3A และทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งสามารถเชื่อมต่อด้วยเส้นทางรถไฟของไทยที่มีอยู่เดิม และรถไฟความเร็วสูงในอนาคตถือเป็นเส้นทางยุทธศาสตร์สำคัญที่จะทำให้ไทยมีโอกาสทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นทั้งในด้านการค้า การลงทุน และการนำเข้า-ส่งออก โดยหากเทียบกับเส้นทางทางถนนจะขนส่งสินค้าเร็วขึ้น 3 เท่า และต้นทุนถูกลง 2 เท่า สามารถส่งออกไปยัง 50 เมืองใหญ่ของจีน ซึ่งเป็นตลาดสำคัญของไทยได้ภายในเวลา 24 ชั่วโมง จึงเป็นโอกาสที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-Border E-Commerce: CBEC)

ในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม รัฐบาลจีนได้ใช้นโยบายสนับสนุนต่าง ๆ อาทิ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจนวัตกรรม ที่มีการกำหนดพื้นที่เพื่อให้สิทธิประโยชน์สนับสนุนผู้ประกอบการนวัตกรรมในพื้นที่ การจัดหมวดหมู่พื้นที่พัฒนานวัตกรรมในอุตสาหกรรมที่แตกต่างออกในแต่ละเมือง นอกจากนี้ มีกลไกในการพัฒนาวิสาหกิจนวัตกรรมรายใหม่ (Startup) ที่น่าสนใจ อาทิเช่น องค์กรขนาดใหญ่ (Corporate) มีกลไกในการสนับสนุนและบ่มเพาะ Startups ในบริษัทตนเอง เพื่อพัฒนาสินค้าที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงและความหลากหลายในสายการผลิตสินค้านวัตกรรม การพัฒนาดังกล่าวจึงเป็นกรณีศึกษาที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนานโยบายเพื่อยกระดับระบบนิเวศนวัตกรรมเพื่อการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้เติบโตอย่างก้าวกระโดด

สำนักงานสภานโยบาย การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) เห็นถึงความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศยุคใหม่และการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน และการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจนวัตกรรมว่าเป็นกลไกที่สำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการนวัตกรรมขยายธุรกิจสู่ตลาดโลก จึงได้ลงพื้นที่ศึกษาในประเทศจีน โดยได้หารือและเยี่ยมชมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาในครั้งนี้จึงได้นำมาสรุป และวิเคราะห์เพื่อจัดทำเป็นข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับการพัฒนานโยบายเพื่อการส่งเสริมระบบนิเวศสนับสนุนผู้ประกอบการนวัตกรรม

## 1. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-border E-commerce)

ปัจจุบันสินค้าหลายรายการของไทยเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมสูงทั้งจากจีนและประเทศเพื่อนบ้าน และยังมีโอกาสในการขยายตลาดได้อีกมาก โดยเฉพาะตลาด CBEC ในประเทศจีน ซึ่งมีคนชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อสูงกว่า 400 ล้านคน และนิยมสินค้าที่มีคุณภาพนำเข้าจากต่างประเทศ โดยมีสินค้าที่ได้รับความนิยมบน E-commerce platform ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าเพิ่มมูลค่า (High value-added) อาทิ สินค้าเพื่อสุขภาพและเครื่องสำอาง อาหารแช่แข็งและอาหารสำเร็จรูปพร้อมทาน เครื่องดื่ม เนื้อหมูแปรรูป มะม่วงแปรรูป CBD oil and hemp fiber และข้าวเพื่อสุขภาพและข้าว Organic<sup>1</sup> มูลค่ารวม 4,278 ล้านบาท (มูลค่าการขายบน Taobao และ Tmall สูงสุด ในตลาดหลัก 5 เมืองหลัก กับ 4 มณฑล ในช่วงเวลา พ.ค. – ก.ค. 64)

อย่างไรก็ตาม ผลผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ ยังคงใช้ปัจจัยความได้เปรียบทางด้านแรงงานและวัตถุดิบเป็นหลัก และเป็นการแปรรูปขั้นต้น ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มได้น้อย จึงควรเร่งพัฒนาขีดความสามารถทางนวัตกรรม โดยเชื่อมโยงงานวิจัยและโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและสร้างจุดเด่นที่ตรงกับความต้องการของตลาด และส่งเสริมให้มีการเข้าถึงช่องทางการค้าและการตลาด รวมถึงการใช้ประโยชน์จากระบบลอจิสติกส์ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจการค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด

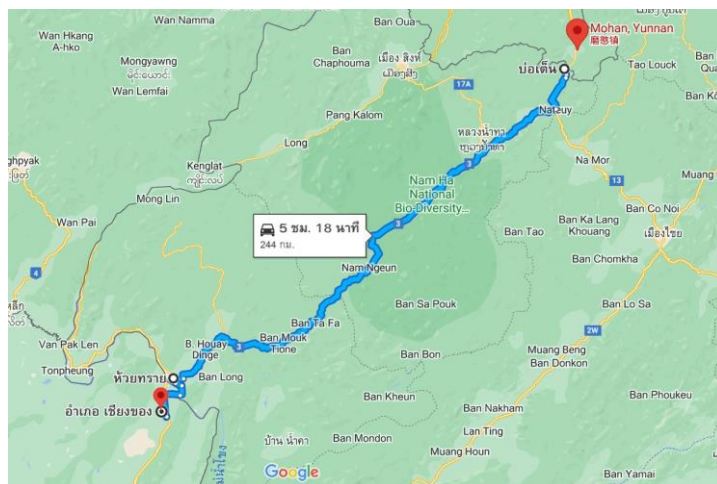
## 2. โอกาสในการส่งออกสินค้าจากไทยไปจีน

รัฐบาลจีนมีนโยบายในการสนับสนุนการขยายตลาดสินค้าของประเทศไปสู่ตลาดโลก และเปิดรับสินค้าจากทั่วโลกเพื่อตอบรับอุปสงค์ภายในประเทศ จึงกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการค้าข้ามพรมแดนที่หลากหลายและครอบคลุม อาทิ การกำหนดเขตการค้าเสรี การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับ CBEC และการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการจีนและต่างประเทศเพื่อนำเข้าสินค้ามาสู่ประเทศจีน ดังนั้น การเชื่อมต่อเศรษฐกิจการค้ากับประเทศจีนเพื่อช่วยผู้ประกอบการขยายธุรกิจ จึงเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจ โดยจากการลงพื้นที่ศึกษาเส้นทางการขนส่งสินค้าไทย-จีน มีข้อค้นพบและรายละเอียด ดังนี้

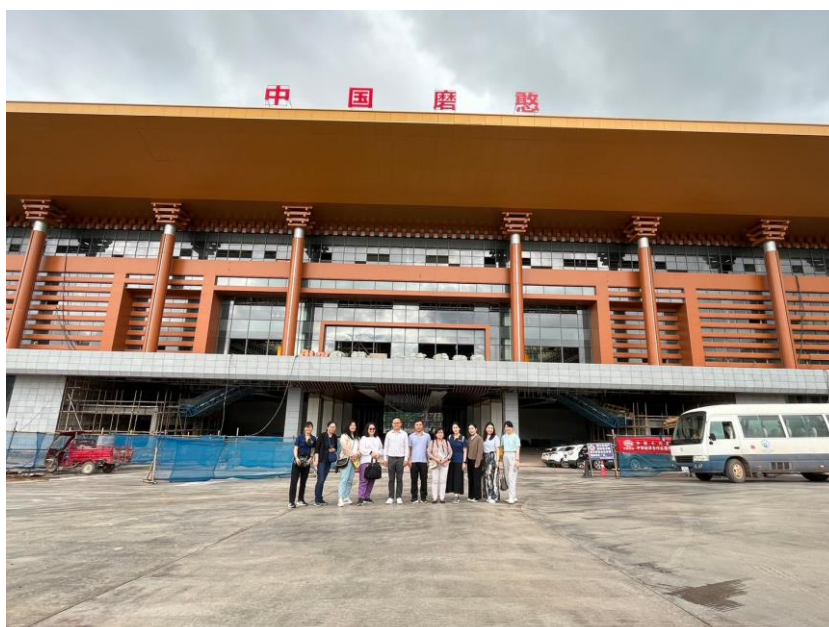
### 2.1 การขนส่งสินค้าระหว่างผู้ค้าโดยตรงถึงลูกค้าหรือผู้บริโภค (Business-to-Customer: B2C)

รูปแบบดังกล่าวจะเป็นการขนส่งสินค้าแบบค้าปลีกหรือน้อยชิ้นเป็นหลัก ลูกค้าอาจสั่งซื้อสินค้าผ่าน e-commerce platforms หรือผ่านทางผู้ประกอบการโดยตรง (Social Commerce) จากนั้นผู้ประกอบการจะส่งสินค้าผ่านบริษัทลอจิสติกส์ที่ได้รับการรับรองจากศุลกากรของประเทศจีน บริษัทขนส่งเหล่านี้จะจัดเก็บภาษีโดยการคำนวณล่วงหน้าโดยระบบของศุลกากรจีน จากการลงพื้นที่ศึกษา Mohan Border Trade Zone พบว่า สินค้าขายปลีกที่ขนส่งจากประเทศไทยส่วนมากจะใช้การขนส่งทางรถยนต์ (Motor Transportation) จากด่านเชียงของ จ.เชียงราย ผ่านไปยังเส้นทางเมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สู่เมืองบ่อเต็น ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดังภาพที่ 1

<sup>1</sup> ที่มา: รายงานการศึกษารายงานความเจริญในพื้นที่ Route 1 Innovation Economic Corridor, ข้อมูลเชิงลึกสินค้าที่เป็นที่นิยมในเมืองต่างๆ ของประเทศจีน บน Taobao และ Tmall ในช่วงเวลา พ.ค. – ก.ค. 64



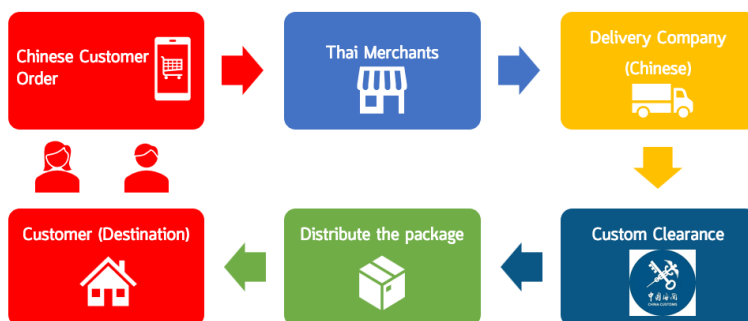
ภาพที่ 1 เส้นทางขนส่งทางถนนจากด่านเชียงของ จ.เชียงราย  
ผ่านไปยังเส้นทางเมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สู่เมืองบ่อเต็น



ภาพที่ 2 ด่านชายแดนประเทศจีน-ลาว เมืองม่อฮาน มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน

จากนั้นสินค้าจะส่งมาที่ Mohan border cross-border e-commerce sorting customs clearance center เพื่อส่งตรวจสินค้าสู่เสียง อาทิ สารเสพติด และบุหรี่ยี่ห้อต่างๆ และสินค้าต้องห้ามตามกฎหมายของแต่ละมณฑล ในพื้นที่ดังกล่าวค้นพบว่า สินค้าที่ส่งมาในด่านศุลกากรในเมืองม่อฮานส่วนใหญ่เป็นสินค้าจากประเทศสมาชิกล้านช้าง-แม่โขง โดยในปีพ.ศ. 2564 มีพัสดุทั้งหมด 580,000 กล่อง และในปี พ.ศ. 2565 มี 730,000 กล่อง มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และกว่าร้อยละ 95 เป็นพัสดุจากประเทศไทย จากข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า สินค้าจากประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งในประเทศจีน จากนั้นเมื่อผ่านด่านศุลกากรแล้ว พัสดุนั้นจะถูกจัดส่งไปสู่ลูกค้าชาวจีนที่สั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ดังภาพที่ 3

## Retail B2C Thailand - China Logistic and Custom Clearance Process



ภาพที่ 3 การขนส่งสินค้าแบบ B2C

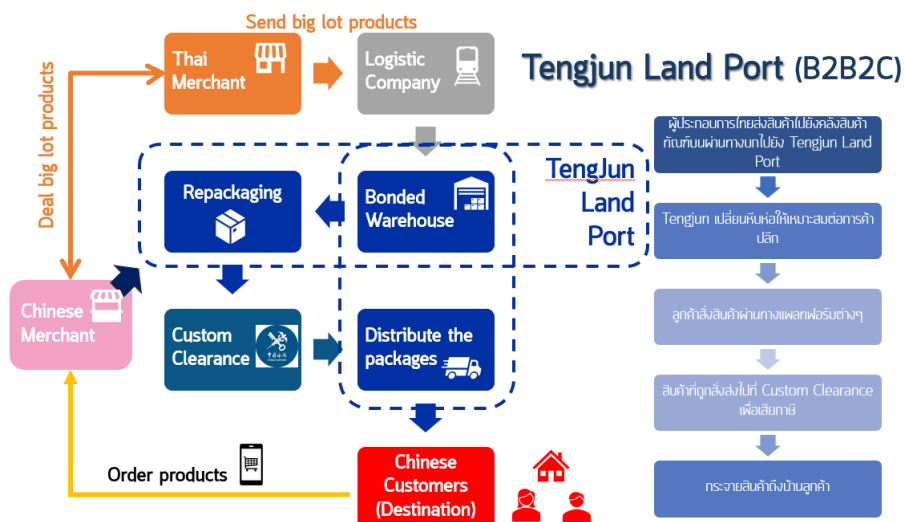
2.2 การขนส่งสินค้าเพื่อการทำธุรกิจระหว่างเจ้าของธุรกิจผู้เจ้าของธุรกิจและเอื้อให้เจ้าของธุรกิจขายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค (Business-to-Business-to-Customer: B2B2C) เป็นการขนส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก หรือ Big lot ซึ่งอาจจะเป็นการขนส่งสินค้าทางรางหรือทางเรือ ที่เป็นการสั่งซื้อสินค้าระหว่างเจ้าของธุรกิจและเจ้าของธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นระหว่างเจ้าของธุรกิจชาวไทยและชาวจีน จากนั้นกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคในประเทศจีน จากการลงพื้นที่ศึกษา Tengjun International Land Port พบว่า ขั้นตอนการขนส่งสินค้าเริ่มต้นจากสินค้าจากผู้ประกอบการในประเทศไทยขนส่งมาทางรางมาสู่ท่าเรือบก จากนั้นสินค้า Big Lot จะถูกนำมาจัดเก็บไว้ที่คลังสินค้าทัณฑ์บน (Bonded Warehouse) ที่เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการเก็บสินค้านำเข้าโดยไม่ต้องชำระภาษีอากรทั้งขาเข้าและขาออก จากนั้นจะมีการบรรจุสินค้าใหม่ (Repackage) เพื่อให้เหมาะสมต่อการจัดส่งสินค้าสู่ลูกค้ารายย่อยในประเทศจีน โดยขั้นตอนทั้งหมดเมื่อสินค้าจัดส่งถึงท่าเรือบก Tengjun Land Port จะเป็นผู้ดำเนินการให้ทั้งหมด ตั้งแต่การลำเลียงสินค้าสู่คลังสินค้าทัณฑ์บน Repackaging สู่อุปกรณ์การขนส่งของศุลกากรจีน จนถึงขั้นตอนการกระจายสินค้าสู่ลูกค้ารายย่อยหรือผู้บริโภคในประเทศจีน ขั้นตอนดังกล่าวสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 4 โดยสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่นำมาเก็บไว้ในคลังสินค้าทัณฑ์บนจะได้รับการยกเว้นอากรขาเข้า<sup>2</sup> และจะเสียภาษีเมื่อมีการนำสินค้าออกจากคลังสินค้าดังกล่าว ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร ซึ่งปัจจุบันมีคลังสินค้าประเภทนี้อยู่เพียง 100 กว่าแห่งในประเทศจีน<sup>3</sup> โดยพื้นที่ดังกล่าวจะตั้งอยู่ในพื้นที่ทดลองการค้าข้ามพรมแดนจีน (Cross border e-Commerce Comprehensive Zone) ซึ่งการนำเข้าสินค้าแบบนี้มีข้อดีหลายประการ อาทิ การลดระยะเวลารอคอยของผู้บริโภคชาวจีน เนื่องจากที่ตั้งคลังสินค้าอยู่ในประเทศจีนและสามารถส่งให้ผู้บริโภค ภายในระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์<sup>4</sup>

<sup>2</sup> กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2561). ข้อมูลการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน สาธารณรัฐประชาชนจีน (Cross-Border e-Commerce). นนทบุรี: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.

<sup>3</sup> สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. (กุมภาพันธ์ 2566). การบริหารควบคุมสินค้านำเข้าการค้าปลีกอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของจีน. เข้าถึงได้จาก สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ: <https://www.ditp.go.th/post/75424>

<sup>4</sup> Post Today. (กันยายน 2566). พาณิชย์ ชี้ช่องผู้ประกอบการไทย ใช้ CBEC ขายสินค้าออนไลน์เจาะตลาดจีน. เข้าถึงได้จาก Post Today: <https://www.posttoday.com/business/699385>





ภาพที่ 4 การขนส่งสินค้าแบบ B2B2C

2.3 การยกเว้นภาษีอากร ปัจจุบันกระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ และศุลกากรจีนได้ร่วมมือกันสนับสนุนส่งเสริมการนำเข้าสินค้าผ่านช่องทาง e-commerce โดยกำหนดโควตาการนำเข้าสินค้าทางอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนที่จีนกำหนดต่อคนอยู่ที่ไม่เกิน 5,000 หยวนต่อครั้ง และไม่เกิน 26,000 หยวนต่อปี ได้รับการยกเว้นอัตราภาษีชั่วคราวเหลือร้อยละ 0 และจะถูกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มเพียงร้อยละ 70 ของภาษีเดิมที่ถูกเรียกเก็บ โดยการยกเว้นภาษีนี้นี้ครอบคลุมทั้งการนำเข้าสินค้าแบบปลีกและส่ง



ภาพที่ 5 พัสดุสินค้าจากประเทศไทยที่ถูกจัดส่งแบบปลีกเตรียมกระจายสู่ผู้บริโภคชาวจีน

2.4 ความท้าทายของระบบลอจิสติกส์และศุลกากรในการส่งออกสินค้าสู่ประเทศจีน ถึงแม้ว่าปัจจุบันการขนส่งสินค้าจากไทยไปจีนจะสะดวกและรวดเร็วขึ้น แต่อัตราค่าขนส่งสินค้ายังมีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจาก ปัจจุบันมีตัวเลือกบริการขนส่งสินค้าที่ค่อนข้างน้อย และค่าบริการการขนส่งได้รวมค่าดำเนินการทางศุลกากรไว้แล้วเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการที่ไม่ต้องดำเนินการด้านศุลกากรด้วยตนเอง นอกจากนี้หากเป็นการขนส่งสินค้าทางราง อาจมีต้นทุนในการขนส่งเพิ่มเติม

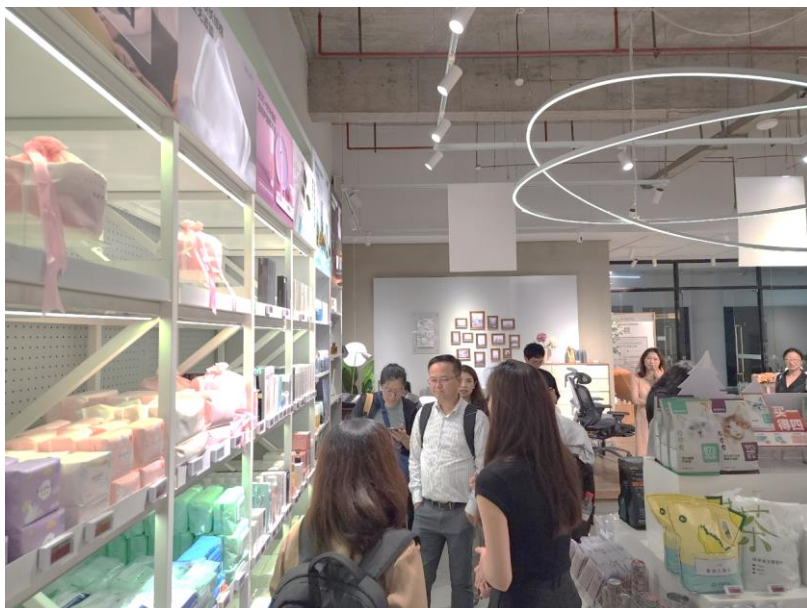


ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนถ่ายตู้ขนส่งสินค้าระหว่างระบบรางรถไฟไทย กับ รถไฟจีน-ลาวเนื่องจากขนาดของรางรถไฟมีขนาดแตกต่างกัน



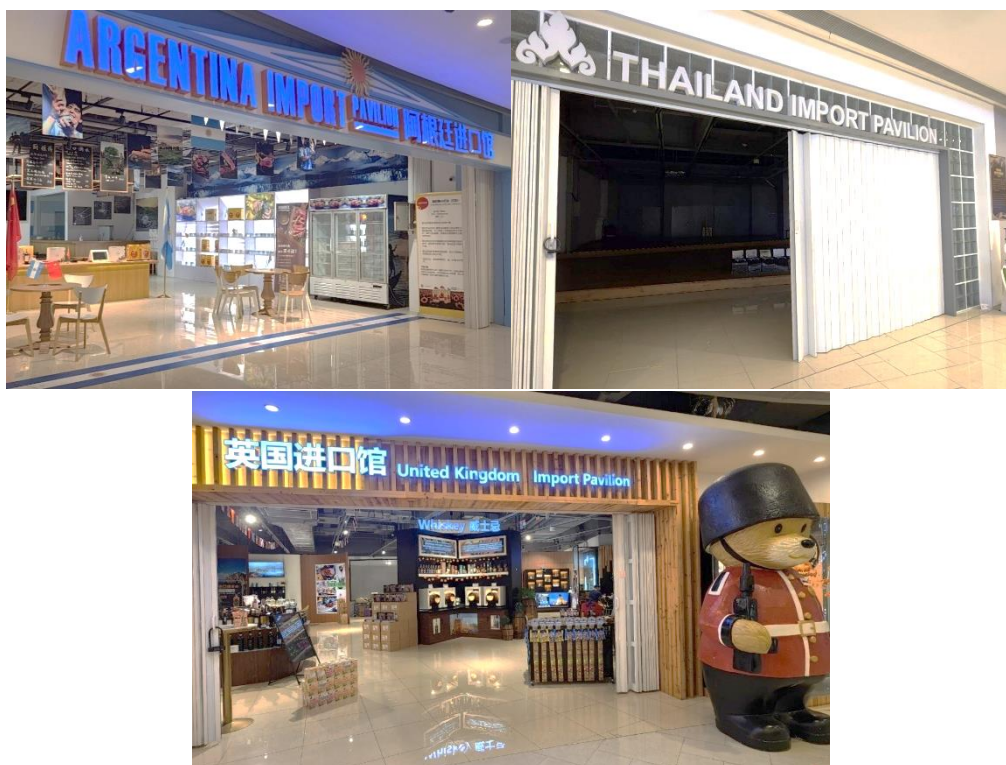
ภาพที่ 6 ภาพเตรียมการจัดกระจายพัสดุหลังผ่านขั้นตอนศุลกากร

2.5 Trader บริษัทธุรกิจ Trading ในจีนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถช่วยผู้ประกอบการในการส่งออกสินค้าไปในตลาดจีนได้ เนื่องจากหากจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท Trading ที่มียอดการสั่งซื้อแน่นอน จะทำให้ได้รับการการันตียอดการส่งออก ซึ่งมีข้อดีมากกว่าการส่งสินค้าไปโดยตรงโดยไม่ผ่าน Trading ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องแบกรับความเสี่ยงที่ไม่แน่นอนของตลาด และความเสี่ยงในการไม่คุ้นชินกับตลาดจีน EaseNet หรือ Wang Yi (网易) เป็นบริษัทธุรกิจ Trading ในจีนที่แสวงหาสินค้าคุณภาพสูงมาขายบนแพลตฟอร์ม Wang Yi Yanxuan ซึ่งเป็นแพลตฟอร์ม E-commerce ของหวังอี้ โดยแพลตฟอร์มนี้มีเป้าประสงค์หลักในการการันตีสินค้าที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภคที่สั่งซื้อสินค้าจากแพลตฟอร์มนี้ บริษัท Wang Yi จะเลือกผู้รับจ้างผลิตสินค้า (Original Equipment Manufacturer: OEM) เพื่อนำไปขายในแบรนด์ของหวังอี้เอง โดยจะนำมา Rebrand and Repackaging ภายใต้แบรนด์ 网易严选 (Wang Yi Yanxuan) หรือที่หมายความว่า Wang Yi คัดสรรสินค้ามาอย่างดี โดยการเลือกซื้อสินค้านั้นจะเป็นการซื้อแบบเจรจาตกลงราคาสินค้าวัตถุดิบตามออเดอร์ที่สั่งซื้อ ในกรณีของคู่ค้าต่างประเทศจะให้เวลาผลิตสินค้าประมาณ 1 เดือน หรือ 1 เดือนครึ่ง นอกจากนี้ Wang Yi มีจุดโดดเด่นในการทำวิจัยทางการตลาดและการพัฒนาสินค้า เพื่อประเมินและพิจารณาซื้อสินค้าในรอบต่อไป โดยเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญคือ ตลาดภายในประเทศจีน มีการแสวงหาสินค้าจากต่างประเทศเพื่อรองรับความต้องการสินค้าภายในประเทศจีน ทั้งนี้ สินค้าไทยที่ได้รับการคัดเลือกมาขายบนแพลตฟอร์มดังกล่าว อาทิเช่น หมอนยางพารา ผลไม้อบแห้ง ยาหม่อง และเครื่องสำอาง ซึ่งบริษัทมีความสนใจในสินค้าจากไทยหากมีคุณภาพและสามารถผลิตได้ตามคำสั่งซื้อที่บริษัทต้องการ



ภาพที่ 7 ซูเปอร์มาร์เก็ตแสดงสินค้าของแพลตฟอร์ม Wang Yi Yanxuan

2.6 การจัดพื้นที่ Showcase สินค้า การจัดพื้นที่โชว์สินค้าเพื่อให้เกิดการซื้อขายแบบ B2B เป็นอีกหนึ่งวิธีที่รัฐบาลจีนใช้ในการสนับสนุน ผู้ประกอบการที่ต้องการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมาสู่ประเทศจีน จากการศึกษาดูงานในพื้นที่ Shanghai Import Expo ในเมืองเซี่ยงไฮ้ รัฐบาลจีนได้มีการจัดพื้นที่คล้ายห้างสรรพสินค้าเพื่อให้ผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าจากแต่ละประเทศมาจัดหน้าร้านเพื่อโชว์สินค้าที่สามารถนำเข้าสู่ประเทศจีนได้ โดยจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นช่องทางให้มีผู้ประกอบการมาซื้อสินค้าเพื่อไปขายปลีก



ภาพที่ 8 บรรยากาศ Shanghai Import Expo ณ นครเซี่ยงไฮ้

ในช่วงเริ่มต้นของการเปิดตัวศูนย์แสดงสินค้าดังกล่าว ถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง และมียอดขายเป็นจำนวนมาก ไม่ต่ำกว่าหมื่นล้านหยวน อย่างไรก็ตาม สืบเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ผู้บริโภคมีแนวโน้มการซื้อขายสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ ผู้บริโภคชาวจีนสามารถสั่งซื้อสินค้านำเข้าได้ด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเองโดยตรง ศูนย์การค้าดังกล่าวจึงมีความซบเซาเป็นอย่างมาก และมีคนจำนวนน้อยที่เข้าไปสั่งซื้อสินค้า กรณีดังกล่าวจึงเป็นการสะท้อนให้เห็นได้ว่าจำเป็นต้องศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นให้เหมาะสม

### 3. การพัฒนาเขตเศรษฐกิจนวัตกรรม

**3.1 การพัฒนาเศรษฐกิจในเชิงพื้นที่ระดับภูมิภาค** ของจีนดำเนินการผ่านกลไกสำคัญคือ การประกาศพื้นที่เป้าหมายและพัฒนาให้กลายเป็น “Industrial Parks” โดยนโยบายการพัฒนา Industrial Parks เป็นผลมาจากนโยบาย “reform and opening” ในปี 1978 ที่รัฐบาลจีนใช้ในการปฏิรูปเศรษฐกิจ โดยเน้นการเปิดประเทศในเชิงเศรษฐกิจและอนุญาตให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนสามารถเข้ามาเป็นเจ้าของธุรกิจได้ และสามารถเข้ามาดำเนินการในอุตสาหกรรมที่รัฐเป็นเจ้าของได้

การประกาศให้พื้นที่เป็น Industrial Parks เพื่อยกระดับระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และนวัตกรรมนั้นมาพร้อมกับนโยบายและมาตรการสนับสนุนของรัฐบาลที่มีความเฉพาะเจาะจง (tailored-made) ขึ้นกับบริบทความต้องการของพื้นที่นั้นๆ และพิจารณาจากข้อได้เปรียบ (comparative advantage) ของพื้นที่

รัฐบาลจีนได้แบ่งประเภทของ Industrial Parks ออกเป็น 4 ประเภทหลัก โดยแบ่งตามระดับการบริหารตั้งแต่ในระดับประเทศ มณฑล ไปจนถึงระดับท้องถิ่น 1) Special Economic zones และ National new areas 2) National Development zone เช่น economic and technological development zones, high-tech development zone 3) Provincial Development zone ได้แก่ พื้นที่พัฒนาโดยมณฑล จังหวัด หรือเขตปกครองตนเอง (autonomous region governments) 4) Secondary city-level development zone ได้แก่ พื้นที่พัฒนาในระดับเมืองหรือหมู่บ้าน<sup>5</sup>

#### กรณีศึกษา Kunming National High-tech Zone

เป็น High-tech industrial park ในระดับประเทศแห่งแรกของมณฑลยูนนาน (1992) และถูกกำหนดเป็นพื้นที่ Free trade zone ในปี 2020 ตั้งอยู่ในเมืองคุนหมิง โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 บริเวณหลัก ทางตะวันตกจะเป็นที่ตั้งของศูนย์วิจัยต่างๆ พื้นที่ด้านตะวันออกจะเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิต และพื้นที่ระหว่างกลางเป็นที่ตั้งของ private science park โดยในพื้นที่มีอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้น 3 อุตสาหกรรมได้แก่ 1) อุตสาหกรรมไบโอเทคและยา 2) Digital Economy 3) Precious metals & new materials ดังภาพที่ 9

<sup>5</sup> ที่มา: Experiences and Best Practices of Industrial Park Development in the People's Republic of China, UNIDO

## Kunming High-Tech Industrial Development Zone



ภาพที่ 9 Kunming High-tech Industrial Development Zone

Kunming High-tech zone มีมาตรการสนับสนุนเพื่อดึงดูดบริษัททั้งบริษัทจีนและต่างชาติ รวมถึงบริษัท startup ให้มาตั้งอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว โดยมาตรการสนับสนุนประกอบด้วยมาตรการหลากหลาย ทั้ง มาตรการทางภาษี มาตรการสนับสนุนทางการเงิน เช่น กองทุน angel fund, Incubator Fund, Industrial Fund, Equity Fund การอำนวยความสะดวกในการให้บริการของภาครัฐแบบลดขั้นตอน (streamlined administrative procedures) การสนับสนุนบุคลากร (access to talent) เช่น การสนับสนุนบุคลากรระดับ post-doctoral ให้เข้ามาทำงาน การสนับสนุนด้านทรัพย์สินทางปัญญา นอกจากนี้การสนับสนุนยังสามารถปรับเปลี่ยนได้แบบ tailored-made ขึ้นกับความต้องการของบริษัทและเป้าหมายของพื้นที่

### 3.2 Dual Park

Dual Park Model อีกหนึ่งกลไกที่ประเทศจีนใช้ในการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจนวัตกรรม โดยเป็นรูปแบบความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อสนับสนุนด้านห่วงโซ่อุปทาน ความร่วมมือด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ผ่านการสร้าง Industrial Parks ในทั้งสองประเทศ ตัวอย่างเช่น การทำความร่วมมือระดับรัฐบาลระหว่างจีนและมาเลเซีย โดยจีนเป็นผู้ริเริ่มเสนอให้มีความร่วมมือนี้และสร้างความร่วมมือกับประเทศมาเลเซียเป็นประเทศแรก มีการจัดตั้ง Guandan Industrial Park ในเมืองกวนตัน ประเทศมาเลเซีย เพื่อพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรม และ Qinzhou Industrial Park ในเมืองฉินโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านกำลังการผลิต (Production capacity) ภายใน Industrial Parks ของทั้งสองประเทศ ซึ่งมีการให้บริการอย่างมืออาชีพ ประกอบด้วย Industrial development base ห้องทดลองวิจัย โครงสร้างพื้นฐาน และทีมงานบริการที่มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจเพื่อบริหารจัดการพื้นที่และความร่วมมือ



#### 4. การส่งเสริมธุรกิจนวัตกรรม และการนำเทคโนโลยีขั้นสูงไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Deep-tech Commercialisation)

รัฐบาลจีนมีความพยายามในการส่งเสริมธุรกิจนวัตกรรมเป็นอย่างมาก จากที่ได้กล่าวถึงการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจนวัตกรรมไปในข้างต้น ภายในพื้นที่ดังกล่าว อาทิ Kunming National High-Tech Zone และภาพรวมของ Kunming National High-tech Zone ได้มีการสนับสนุนผู้ประกอบการในพื้นที่ จนกระทั่งบริษัทมีการเติบโตอย่างมั่นคง มีความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีของตนเองอย่างต่อเนื่อง ผ่านกลไกต่าง ๆ อาทิ ความร่วมมือกับศูนย์วิจัยและมหาวิทยาลัย และการบ่มเพาะ Startup ในบริษัทของตนเองเพื่อให้เกิดความหลากหลายของสินค้า เป็นต้น

ในส่วนนี้ จะกล่าวถึงกรณีศึกษาของบริษัทที่พัฒนาตนเองจากพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจนวัตกรรม บริษัทที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ผ่านกลไกความร่วมมือหน่วยงานต่าง ๆ และบริษัทที่มีการบ่มเพาะ Startups โดยแต่ละกรณีมีรายละเอียด ดังนี้

##### 1) Microport Group

เป็นบริษัทที่พัฒนาและผลิตเครื่องมือทางการแพทย์ จัดตั้งขึ้นในปี 1998 โดยมีสำนักงานใหญ่กระจายอยู่ทั่วโลก ได้แก่ จีน (เมืองเซี่ยงไฮ้) สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส โดย Microport เริ่มต้นจากการพัฒนาขดลวดที่ใช้ขยายหลอดเลือด (stent for coronary artery) และปัจจุบันสามารถพัฒนาหุ่นยนต์ผ่าตัดที่สามารถใช้ผ่าตัดทางไกล (5,000 กม.) ผ่านระบบสัญญาณ 5G ได้



ภาพที่ 10 บริษัท Microport ณ นครเซี่ยงไฮ้

ปัจจุบันมีบุคลากรวิจัยและพัฒนาประมาณ 800 คน มีสิทธิบัตรกว่า 10,000 ฉบับ และมีโรงพยาบาลในความร่วมมือที่สามารถดำเนินการเพื่อทดลองการทำ Clinical trial ได้ นอกจากนี้บริษัทจะได้รับทุนวิจัยพัฒนาจากรัฐบาลแล้ว (ในปี 2022 ได้ government grants จำนวน ประมาณ 18 ล้านเหรียญ

สหรัฐ) บริษัทยังได้สนับสนุนบริษัท Startup โดยมีการบ่มเพาะบริษัท และมีโครงการเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษาผ่านโครงการ internship และการจัดการแข่งขันโปรเจกในระดับมหาวิทยาลัย

## 2) บริษัท OriginCell

เป็นบริษัททางด้านไบโอเทคโนโลยีที่เป็นบริษัทเอกชน 100% จัดตั้งในปี 2014 โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นบริการเก็บเซลล์ต้นกำเนิดและ stem cells โดยเก็บไว้ในอุณหภูมิติดลบแบบ ultra-low temperature ที่ -160 องศา นอกจากนี้มีงานวิจัยด้าน targeting drugs/immune drugs และ cancer cell therapeutic และมีโรงพยาบาลเป็นของตนเอง

นอกจากนั้นบริษัทยังเป็นเจ้าของ Science park และ Industrial Park ที่เป็น private-owned อีก 3 แห่ง โดยมีการบ่มเพาะบริษัทด้าน bio-pharmaceutical ให้สามารถเข้าไปอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ได้ ดังภาพที่ 11



ภาพที่ 11 Science Park และ Industrial Park ที่จัดตั้งขึ้นโดย บริษัท OriginCell

## 3) บริษัท Startup ที่ได้รับการลงทุนจาก BOSCH

1.1 Ziyun IOT เป็นบริษัทที่สร้างขึ้นโดยอดีตพนักงานซึ่งเป็น senior advisor ของ BOSCH group ในประเทศเยอรมัน โดยบริษัทเน้นการให้บริการด้าน Digitalization solutions/digital transformation ให้กับโรงงาน โดยแนะนำการปรับเปลี่ยนโรงงานให้กลายเป็น smart factory ทำ data analytics โดยรวบรวมข้อมูลจากโรงงานในประเทศจีน



เพื่อปรับปรุงระบบการผลิต บริษัทได้รับการลงทุนจาก BOSCH และ VC อื่นๆ เช่น Sequoia



ภาพที่ 12 การทำงานของระบบโรงงานที่ใช้ระบบ IoT ของ Ziyun IOT

**1.2 Matchbox** เป็นบริษัท Startup ที่ตั้งขึ้นในปี 2021 ได้รับเงินสนับสนุนจาก Bosch โดยให้บริการด้าน market strategy การทำ product market launch มีความเชี่ยวชาญในการทำตลาดจีน ผู้บริโภคจีน เน้นสินค้าประเภท personal care สินค้าใช้ในบ้าน และสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง ช่วยบริษัทต่างชาติที่ต้องการบุกตลาดจีน ให้เข้าใจความต้องการของตลาดผู้บริโภคจีน โดยมีลูกค้าเป็นบริษัทระดับโลก เช่น Coca Cola, Tom Ford ช่วยทำการตลาดผ่านกลไก content creator และ KOL

#### 4) Yunnan Botanee Biotechnology Group

ก่อตั้งขึ้นในปี 2010 เป็นบริษัทผลิตเครื่องสำอางระดับต้นของมณฑลยูนนาน เน้นผลิตสินค้ารองรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีผิวประเภท sensitive ตั้งอยู่ใน Kunming High-tech zone สินค้าของบริษัทได้รับมาตรฐานระดับประเทศ โดยสินค้าส่วนใหญ่กว่า 80% ขายผ่านช่องทางออนไลน์ตาม platform ต่างๆ ของประเทศจีน เทคโนโลยีสำคัญคือการสกัดสารจากพืชท้องถิ่น ได้แก่ ดอกคุณนายต้นสาย ดอกคามิเลียยูนนาน และพืชดอกไม้ยูนนาน บริษัทมีนักวิจัยกว่า 500 คน โดยมีศูนย์วิจัยหลักอยู่ที่เซี่ยงไฮ้ และคุนหมิง



ภาพที่ 13 สินค้าหลักของ Botanee ที่จำหน่ายผ่าน E-commerce เป็นหลัก

### 5) Yunnan Marvel Additive Manufacturing

เป็นบริษัทด้าน 3D printing ที่ดำเนินการตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่การผลิตเครื่อง 3D printing ไปจนถึงการผลิตสินค้าที่ปริ้นท์ออกมาจากเครื่อง 3D printing โดยมีสินค้าที่น่าสนใจ ได้แก่ การผลิตกระดูกเทียมเพื่อใช้ทางการแพทย์ โดยปริ้นท์เป็นโมเดลจำลองก่อนผ่าตัดจริง เพื่อให้แน่ใจว่าขนาดและรูปร่างจะสามารถเข้ากับอวัยวะภายในอื่นๆ ได้



ภาพที่ 14 ภาพพิมพ์สามมิติเพื่อจำลองอวัยวะมนุษย์โดย Yunnan Marvel Additive Manufacturing

ทั้งนี้ ข้อสังเกตที่น่าสนใจจากกรณีศึกษาของบริษัทขนาดใหญ่ พบว่า หลายบริษัทมีแนวทางในการสนับสนุนและบ่มเพาะบริษัท startup ในลักษณะของ Corporate Venture Capital (CVC) ไม่ว่าจะเป็นบริษัท Microport, Origincell หรือ Bosch ล้วนแต่มีกลไกภายในของบริษัทเองที่สนับสนุน startup ที่ดำเนินธุรกิจที่มีความคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างจากธุรกิจหลักของบริษัทอย่างสิ้นเชิง เพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจ หรือ

มองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ โดยแนวทางของบริษัทเหล่านี้เน้นสนับสนุนการดำเนินงานของ startup ในระยะยาว เช่น OriginCell เน้นการสนับสนุนบริษัทให้สามารถกลายเป็น listed company และการลงทุนในธุรกิจ startup ของบริษัทเหล่านี้ มักลงทุนในบริษัทที่เป็น deep-tech startup มากกว่า business platform

## 5. ทิศทางการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการศึกษาดูงานในประเทศจีน จึงได้สรุปประเด็นสำคัญเพื่อเป็นทิศทางการขับเคลื่อนเชิงนโยบายในการพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม ดังนี้

### 1) การสนับสนุน Startup โดยองค์กรขนาดใหญ่ (Corporate)

ปัจจุบันองค์กรขนาดใหญ่ (Corporate) ในหลายประเทศหันมาให้ความสำคัญในการสนับสนุน Startup ทั้งในรูปแบบของการตั้งหน่วยบ่มเพาะและเร่งสร้าง (Incubator/Accelerator) เพื่อส่งเสริม Startup ให้พัฒนางานวิจัยหรือไอเดียใหม่ๆ ออกมาเป็นธุรกิจได้จริง หรือการเข้าไปลงทุนในรูปแบบ Corporate Venture Capital (CVC) ซึ่งการสนับสนุนต่างๆ นี้ทำให้ Startup ได้ประโยชน์จากองค์กรขนาดใหญ่ อาทิ การมีพี่เลี้ยงที่มีประสบการณ์ในธุรกิจ การใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ความน่าเชื่อถือ และการมีโอกาสได้เชื่อมโยงกับเครือข่ายพันธมิตรขององค์กรใหญ่ ขณะที่องค์กรขนาดใหญ่ได้ประโยชน์จากการเข้าถึงนวัตกรรมได้รวดเร็วจาก Startup เพื่อนำไปต่อยอดธุรกิจของบริษัท และประโยชน์จากการเข้าไปลงทุน

สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ในประเทศไทยก็มีการสนับสนุน Startup เช่นกัน แต่ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และธนาคาร มีจำนวนน้อยที่เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเชิงลึก (Deep-tech) และมีหลายแห่งที่ในอดีตเคยจัดตั้งโปรแกรมการบ่มเพาะเพื่อสนับสนุน Startup ขึ้น แต่ต่อมาได้ปิดตัวลงหลายแห่ง ภาครัฐจึงอาจหาแนวทางในการส่งเสริมหรือสร้างแรงจูงใจเพื่อให้องค์กรขนาดใหญ่โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเชิงลึกมาสนับสนุน Startup ในรูปแบบดังกล่าวมากขึ้น อาทิเช่น แรงจูงใจทางภาษี และการร่วมทุน (Matching fund) เพื่อให้เกิดการเพิ่มจำนวนขององค์กรขนาดใหญ่ที่มาช่วยสนับสนุน Startup ให้มีศักยภาพและเติบโตต่อไป

### 2) Innovation Showcase

กระบวนการนำงานวิจัยและนวัตกรรมเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ (Commercialization) เป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้งานวิจัยและนวัตกรรมที่มีมูลค่าสูงสามารถสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจได้ แต่ปัจจุบันผลงานวิจัย เทคโนโลยีและนวัตกรรมจำนวนมากที่พัฒนาขึ้นแล้วแต่ยังไม่สามารถนำออกสู่ตลาดได้เท่าที่ควร จึงจำเป็นต้องมีกลไกสร้างการรับรู้ในการมีอยู่เพื่อให้เป็นที่รู้จักและผลักดันเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยจัดให้มีการคัดเลือกผลงานวิจัย เทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่มีความพร้อมออกสู่ตลาดจากทั่วประเทศทั้งในมหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย อุทยานวิทยาศาสตร์ และผู้ประกอบการนวัตกรรม จากนั้นนำไปรวบรวมแสดงสินค้านวัตกรรม (Innovation Showcase) เพื่อให้เกิดช่องทางในการพบกัน

ระหว่างคู่ค้าเพื่อทำการค้าระหว่างธุรกิจทำกับธุรกิจ (B2B) หรือ การหาผู้ร่วมทุนเพื่อต่อยอดในการพัฒนาและการขยายการผลิต โดยอาจมีการสนับสนุนการพัฒนาโมเดลธุรกิจ (Business Model) และการวิจัยตลาด (Market research) เบื้องต้นก่อนเพื่อปรับสินค้าให้มีความพร้อมก่อนออกสู่พื้นที่จัดแสดง รวมถึงส่งเสริมกิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) การจัดการการเริ่มข้อตกลงการลงทุน (Investment Deal Sourcing) และเชื่อมโยงกับนักลงทุนและผู้ประกอบการรายใหญ่

### 3) การเชื่อมโยง Trader เพื่อช่วยผู้ประกอบการไทยส่งออกสินค้า

Trader ถือเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้ซื้อ และเป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลด้านการตลาด เช่น แนวโน้มเกี่ยวกับบรรณนิยมหรือพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละประเทศ และรูปแบบลักษณะสินค้าที่เป็นที่ต้องการ ตลอดจนมีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่รับมาจำหน่ายต่อให้แก่ผู้ส่งสินค้าในแต่ละประเทศด้วย จึงถือเป็นตัวช่วยสำคัญที่จะช่วยผู้ประกอบการไทยในการส่งออกไปตลาดต่างประเทศได้ ดังนั้น จึงควรมีกลไกในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการเข้ากับ Trader ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในตลาดต่างประเทศ หรือเป็น Trader ต่างประเทศที่อยู่ในตลาดเป้าหมายที่จะส่งออกเนื่องจากมีความคุ้นเคยและรู้ความต้องการของตลาดได้ดี และส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถพัฒนาและผลิตสินค้าได้ตามคุณภาพและปริมาณตามคำสั่งซื้อ

### 4) การร่วมพัฒนา Dual Park ระหว่างประเทศไทย – จีน

การพัฒนา Dual Park เป็นโอกาสที่จะทำให้เกิดการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมของภาคอุตสาหกรรมไทย ทั้งในด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การถ่ายโอนเทคโนโลยีและนวัตกรรมกับประเทศจีน ตลอดจนโอกาสด้านการค้า และการลงทุน โดยประเทศไทยควรศึกษาพื้นที่และคัดเลือกเขตพื้นที่ในประเทศจีนที่มีศักยภาพและสอดคล้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทย อาทิ อาหารแห่งอนาคต (Future Food) ยานยนต์แห่งอนาคต (Future Mobility) และดิจิทัลและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Digital & Smart Electronics) นอกจากนี้ พื้นที่ดังกล่าวอาจเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ในการซื้อขายสินค้าของผู้ประกอบการของทั้งสองประเทศ และส่งเสริมการบ่มเพาะและเร่งการเติบโตของ Startup ไทย

สำหรับประเทศไทยอาจพิจารณาเลือกพื้นที่ที่มีการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมของอุตสาหกรรมเป้าหมาย อาทิเช่น เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่อาจสามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่พัฒนาใหม่ที่มีศักยภาพของจีน อาทิ Yunnan Dianzhong New Area, Chengdu Tianfu New Area, Chongqing Liangjiang New Area โดยเฉพาะพื้นที่ Chengdu Tianfu New Area เป็นพื้นที่พัฒนาใหม่ที่น่าสนใจและมีศักยภาพสูงเป็นอย่างยิ่งที่จะเชื่อมโยงด้านโลจิสติกส์กับประเทศไทย พื้นที่ดังกล่าวตั้งอยู่ในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน เป็นเมืองอันดับที่สองที่มีสนามบินนานาชาติถึง 2 สนามบินในเมือง (เมืองแรกคือเมืองปักกิ่ง) พื้นที่ Chengdu Tianfu New Area มี Logistic Hub ใหม่ที่สำคัญคือ Chengdu Tianfu International Airport ประกอบไปด้วยพื้นที่ด้านต่างๆ อาทิ พื้นที่อุตสาหกรรม โลจิสติกส์ การค้า และระบบขนส่งพื้นฐานครบวงจรที่เชื่อมต่อทั้งการขนส่งทางอากาศและทางราง มีศูนย์ Cold Chain Logistic Center ศูนย์สินค้าทัณฑ์บน

Tianfu International Service Trading Center รองรับการค้าระหว่างประเทศภายใต้โครงการเส้นทางสายไหมใหม่ หรือโครงการหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง (Belt Road Initiative) ทั้งนี้การคัดเลือกพื้นที่ศักยภาพอาจจะต้องมีการศึกษาอย่างครบถ้วนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด



ภาพที่ 15 ภาพสนามบิน Chengdu Tianfu International Airport <sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> ที่มา: <https://www.airport-technology.com/projects/chengdu-tianfu-international-airport-chengdu-china/>

## รายนามคณะผู้จัดทำ

### ที่ปรึกษา

1. ดร.กิติพงศ์ พร้อมวงศ์      ผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)
2. ดร.สิริพร พิทยโสภณ      รองผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)
3. นางสาวนิรดา วีระโสภณ      ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)

### ผู้จัดทำ

1. นางสาวมณีนยา ชุณหภูมิตยานนท์      ผู้อำนวยการฝ่ายระบบนิเวศส่งเสริมศักยภาพนวัตกรรมของ  
ผู้ประกอบการ สอวช.
2. นางสาวภัทรวรรณ จารุมลิตินท      ผู้เชี่ยวชาญนโยบาย ฝ่ายบริหารจัดการของภาครัฐด้านการ  
อุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สอวช.
3. นางสาวฉาวยวีภัทร์ อีร์ภานุชัยกุล      นักวิเคราะห์นโยบาย ฝ่ายระบบนิเวศส่งเสริมศักยภาพ  
นวัตกรรมของผู้ประกอบการ สอวช.

### ผู้ร่วมศึกษา

1. ผศ.ดร.รุจิรา อุ่นเจริญ      คณบดีวิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. อ.ดร.เพียงอ้อ เลาะห์วิไลย      อาจารย์สังกัดวิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. Mrs. Bibi She      ผู้ช่วยวิจัย วิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4. Miss Zhai Fan      ผู้ช่วยวิจัย วิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. นางสาวเพชรดา เอกอภากุล      นักพัฒนานโยบาย สอวช.

## รายนามหน่วยงานที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและการสัมภาษณ์

1. Management Committee of Mohan Border Trane Zone
2. Shanghai Outstanding Contribution Expert Association
3. Management Committee of Kunming High-tech Industrial Development Zone
4. TengJun International Land Port
5. Great Wall Enterprise Institute
6. NetEase, Inc.
7. MicroPort Scientific Corporation
8. Origin Cell Technology Group Co., Ltd
9. Bosch (China) Investment Ltd.



10. ZiYun(Shanghai)Internet of Things Technology Co., Ltd.
11. Shanghai Xinhe Technology Co., LTD
12. Yunnan Botanee Bio-Technology Group Co., Ltd.
13. Yunnan Zengsai Jiawei Technology Co., Ltd.