

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ	การปรับตัวของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ ค้าประกันจากบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม เมื่อประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ผู้เขียน	นายจิตต์วัฒน์ พรหมทวีโชค
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)
คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุมภ์ สายจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจและการตลาดของผู้ประกอบการ รวมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชามเศรษฐกิจอาเซียน และการปรับตัวของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการค้าประกันจากบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม จำนวน 300 ราย ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่ง 138 ราย ผู้ทำการผลิต 63 ราย ผู้ที่ทำธุรกิจให้บริการ 54 ราย และผู้ทำธุรกิจการเกษตร 45 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบกิจการแบบบุคคลธรรมดา ระยะเวลาดำเนินกิจการเฉลี่ย 10 ปี มีการจ้างแรงงานในท้องถิ่น ยกเว้นผู้ที่ประกอบการธุรกิจให้บริการ มีการจ้างแรงงานต่างด้าวมากกว่าแรงงานท้องถิ่น มีรายได้สุทธิเฉลี่ยเดือนละ 255,000 บาทต่อราย ลูกค้าเป็นคนในประเทศ กลุ่มตัวอย่างทำการกู้เงินจากสถาบันการเงินเฉลี่ย 6.9 ล้านบาทต่อราย โดยได้รับวงเงินค้าประกันสินเชื่อจากบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม ร้อยละ 32.6 ของสินเชื่อรวม กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในหัวข้อที่ประเทศสมาชิกอาเซียนจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 มากที่สุด รองลงมาคือ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีภายในอาเซียน

ในการศึกษาการปรับตัวของกลุ่มตัวอย่างเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะหาวิธีลดต้นทุนการผลิตและบริการโดยการหาแหล่งวัตถุดิบในภูมิภาคอาเซียนที่มีราคาต่ำกว่า ละเพิ่มการใช้เทคโนโลยีในการผลิตมากขึ้น (ยกเว้นผู้ค้าปลีกค้าส่ง) ทางด้านแรงงานนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะจัดให้มีการฝึกอบรมภายใน

ให้แก่บุคลากรและส่งเสริมให้บุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน กลุ่มตัวอย่างมีการปรับตัวด้านการตลาด คือส่วนใหญ่จะทำการเพิ่มประเภทของสินค้าและบริการ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มการผลิตจะทำการปรับราคาสินค้า เพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ จะไม่มีการปรับราคาสินค้า และส่วนใหญ่จะทำการเพิ่ม การประชาสัมพันธ์บนสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อขยายตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ (ยกเว้นกลุ่มที่ทำการเกษตร) ทางด้านการเงินนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะหาแหล่งเงินทุนภายในประเทศด้วยการ กู้เงินจากธนาคารพาณิชย์มากขึ้น เพื่อใช้ในกิจการ (ยกเว้นกลุ่มผู้ทำธุรกิจให้บริการ) กลุ่ม ตัวอย่างที่ทำการค้าปลีก ค้าส่ง และให้บริการ ส่วนใหญ่จะทำการพัฒนาทักษะการติดต่อสื่อสาร ด้านภาษาต่างประเทศด้วยการเข้าอบรมจากสถาบันภาษาเอกชน ขณะที่กลุ่มที่ทำธุรกิจการผลิตจะ อบรมภาษาจากสถาบันของรัฐ และภาษาที่ต้องการพัฒนาทักษะเพื่อการติดต่อสื่อสาร คือ ภาษาอังกฤษ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ คือการสร้าง ความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ตลอดจนการสนับสนุนในการจัดหา แหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ และการอบรมข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนต่อเศรษฐกิจไทย

Independent Study Title	Adaptation of Entrepreneurs in Chiang Mai Province Using Guarantee Service from Thai Credit Guarantee Corporation While Thailand Entering ASEAN Economic Community	
Author	Mr.Thitawat Promthaweechoke	
Degree	Master of Arts (Political Economy)	
Independent Study Advisory Committee	Associate Professor Porntip Tianteerawit	Advisor
	Associate Professor Dr.Kosum Saichan	Co-advisor

Abstract

The present study aimed to investigate the nature of business undertakings and marketing activities among the entrepreneurs operating in Chiang Mai Province and to gain an insight into their knowledge and understanding about the ASEAN Economic Community as well as their contemplated adaptations when Thailand enters the framework of this economic bloc which shall be in effect from 2015 onward. Information was compiled by questionnaire interview from 300 samples of entrepreneurs who were using guarantee services from the Thai Credit Guarantee Corporation and they comprised 138 wholesale and retail traders, 63 manufacturers, 54 services providers, and 45 agribusiness operators. The analysis was performed upon the results of descriptive statistics.

Most samples were found to undertake their business in the form of natural person venture, have run their business for 10 years on the average, employ local labors except those services providers that employ more migrant labors than local labors, earn averagely 255,000 baht net profit per month, and have domestic customers. They each appeared to borrow about 6.9 million baht in total from formal financial institutions and 32.6% out of which was backed by the guarantee service from the Thai Credit Guarantee Corporation.

The findings on the knowledge and understanding about AEC indicated most entrepreneurs under study were most knowledgeable on the matter that all ASEAN state members will be fully integrated into AEC in 2015 while their next most correct understanding was that the

formalization of the ASEAN Economic Community will be attended by the free mobility of goods, services, investment activities, capital, and skilled labors within the ASEAN region.

The investigation on the adaptations the sampled entrepreneurs likely to do to accommodate the various changes after Thailand becomes a part in effect of the AEC provided many implications. To reduce the costs of production and service supply, most entrepreneurs would seek for cheaper raw materials sources from other areas of ASEAN region, and use technology more intensively in the production process (except the case of wholesale and retail traders). For labor skill development, most of them would organize in-house trainings for their personnel as well as encourage the latter to attend trainings organized by the government and private sectors. In the area of marketing, they contemplated diversification for more product and service lines. Regarding price, only the entrepreneurs in manufacturing group considered raising the prices and the rest indicated not doing so. The majority of the samples also planned for putting more efforts on internet advertisement and marketing to expand their markets both domestically and internationally (except those in agribusiness group). In the capital aspect, most entrepreneurs (excluding services providers) indicated they would attempt to enlarge their working capital from domestic sources by borrowing more from commercial banks. Most samples in the areas of trade and services planned to improve their communication skill in foreign languages by taking training courses at private institutes while those in manufacturing area would also do so but by attending language courses offered by state institutes; and their most desirable language skill appeared to be the use of English.

On the supports from the government sector, the entrepreneurs under study proposed the opinions that the relevant state agencies should take various means to enhance the understanding and awareness among the entrepreneurs about the ASEAN Economic Community, provide support to them by finding funding/credit sources, and provide trainings related to information and impacts of AEC on the Thai economy.