

ไทยยืนหยัดอย่างไร ในเศรษฐกิจที่จีนมีบทบาทมากขึ้น

ดุลการค้า ทุน เทคโนโลยี และโอกาสธุรกิจของไทย

สำหรับผู้ประกอบการและเครือข่ายธุรกิจไทย

เริ่มนำเสนอ →

ถ้าคู่แข่งลดราคาอีก 20%

ลูกค้ายังมีเหตุผลอะไรที่จะซื้อจากเรา?

เหตุผลของลูกค้า

ปัญหาที่เราช่วยแก้ มีต้นทุนสูงกว่าส่วนต่างราคาหรือไม่

ทรัพย์สินของธุรกิจ

เราถือข้อมูลลูกค้า ความรู้เฉพาะ หรือสัญญาซื้อขายอะไรอยู่

แรงกดดันเกิดขึ้นหลายชั้น

สินค้านำเข้าเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการแข่งขัน

ชั้นการแข่งขัน	สิ่งที่ธุรกิจไทยต้องตรวจ
สินค้า	ราคา คุณภาพ รอบส่งมอบ และต้นทุนรวมที่ลูกค้าจ่าย
ทุนและโรงงาน	ใครซื้อชิ้นส่วนไทย ใครฝึกคน และใครถือเทคโนโลยี
ช่องทางและข้อมูล	ใครเข้าถึงลูกค้า กำหนดค่าธรรมเนียม และเห็นพฤติกรรมซื้อ
ความสามารถของไทย	ผลิตภาพ เงินทุนหมุนเวียน ทักษะ และกติกากการแข่งขัน

ช่องว่างการค้าไทย-จีนกว้างขึ้น

มูลค่าขาดดุลสินค้า ทั้งปี • พันล้านดอลลาร์สหรัฐ



ปี 2025
นำเข้า 107.62
ส่งออก 39.72
ขาดดุล ≈67.90

ฐานแห่งเริ่มที่ศูนย์ • พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

เจ็ดเดือนแรก 2026 ยังมีแรงกดดัน

มกราคม–กรกฎาคม 2026 • พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ส่งออกไปจีน

26.837

+9.17% เทียบช่วงเดียวกันปีก่อน

นำเข้าจากจีน¹

81.967

+38.49% ตามรายงาน

ขาดดุลกับจีน

55.13

+59.31% ตามรายงาน

¹ นำเข้าคำนวณจากการค้ารวม 108.804 - ส่งออก 26.837

ดุลการค้า กำไร และมูลค่าเพิ่ม วัตถุดิบละเอียด

ปี 2025 ไทยขาดดุลสินค้ารวมกับโลกประมาณ 5.31 พันล้าน USD

ดุลสินค้า

ส่งออกกลบนำเข้า แยกจากรายได้
บริการและการลงทุน

กำไรของกิจการ

รายได้หักต้นทุนของกิจการ ต้องดู
เงินสดและความเสี่ยงด้วย

มูลค่าเพิ่มในไทย

ส่วนที่ผลิตในประเทศและรายได้ปัจจัย
การผลิต ต้องหักปัจจัยขึ้นกลางและ
ไม่บวกซ้ำ

สิ่งที่นำเข้ารวมถึงระบบการผลิต

ห้าหมวดใหญ่จากจีน ม.ค.–พ.ย. 2025 • พันล้าน USD

เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ		33.56
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ		15.00
พลาสติกและของทำด้วยพลาสติก		4.72
ของทำด้วยเหล็ก/เหล็กกล้า		4.57
อัญมณีและโลหะมีค่า		4.20

เครื่องจักรไฟฟ้า
และเครื่องจักรกล
รวมเกือบครึ่ง
ของนำเข้าจากจีน

ฐานแท่งเริ่มที่ศูนย์ • พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ทุนต่างชาติสร้างโอกาสได้ เมื่อเชื่อมกับธุรกิจไทย

BOI ปี 2025: คำขอจากจีน 974 โครงการ มูลค่า 171,675 ล้านบาท

สิ่งที่ตัวเลขบอก	สิ่งที่ยังต้องพิสูจน์
จำนวนและมูลค่าคำขอส่งเสริม	เปิดดำเนินการจริงเมื่อใด และชื่อจากไทยเท่าไร
ประเทศที่ยื่นในสถิติ BOI	เจ้าของผลประโยชน์สุดท้ายและแหล่งทุนจริง
แนวโน้มความสนใจลงทุน	คำสั่งซื้อให้ SME ไทย ทำไร งาน และการถ่ายทอดทักษะ

บางอุตสาหกรรมเผชิญแรงกดดันสูงกว่ากลุ่มอื่น

รพท. ระบุกลุ่มเสี่ยงในงานศึกษาปี 2024

สินค้าทั่วไปและวัสดุ

เหล็ก เคมีภัณฑ์ สิ่งทอ

สินค้าคงทน

รถยนต์นั่ง เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น

วิธีใช้ข้อมูล

ตรวจสอบเปกของเรา ลูกค้าของเรา และ
ส่วนเกินจริงเป็นรายรายการ

ความได้เปรียบต้องทำให้ลูกค้ายอมจ่าย

ความเป็นไทยช่วยสร้างเรื่องราว แต่ต้องมีประโยชน์ที่ตรวจสอบได้

ฐานความได้เปรียบ	เหตุผลซื้อที่พิสูจน์ได้
อยู่ใกล้ลูกค้า	ลดเวลาหยุดงาน ส่งเร็ว แก้ปัญหาหน้างาน
ความรู้และมาตรฐาน	คุณภาพสม่ำเสมอ สเปกเฉพาะ ตรวจสอบย้อนหลังได้
อาหาร วัฒนธรรม และสถานที่	รสชาติ ประสบการณ์ หรือแหล่งกำเนิดที่ทำซ้ำยาก
ความสัมพันธ์และข้อมูล	เข้าใจการใช้งานจริง และส่งมอบซ้ำโดยต้นทุนลดลง

ห้าแนวทางสร้างรายได้

เลือกจากความสามารถและลูกค้าที่เข้าถึงได้

แนวทาง	ตัวอย่างรายได้
1 รักษาตลาดในไทย	บริการหลังขาย งานเฉพาะ และสมาชิกซื้อซ้ำ
2 ขายให้โรงงานที่ลงทุนในไทย	ชิ้นส่วน อุปกรณ์จับยึด ช่อมบำรุง และระบบคุณภาพ
3 ขายในจีน	อาหาร B2B แปรนต์เฉพาะ และบริการผ่านคู่ค้าที่เหมาะสม
4 ใช้จีนเป็นแหล่งผลิต	อุปกรณ์หรือชิ้นส่วนที่นำมาสร้างระบบและบริการของเรา
5 กระจายลูกค้านอกจีน	ลูกค้าไทย อาเซียน และตลาดอื่นที่พิสูจน์คำสั่งซื้อได้

สามโอกาสที่ควรเริ่มทดสอบก่อน

สำหรับ SME ที่มีฐานลูกค้าหรือทักษะเดิมอยู่แล้ว

ลำดับการทดลอง ¹	ลูกค้าที่เริ่มคุยได้	ข้อได้เปรียบที่ต้องพิสูจน์
บริการติดตั้งและดูแลระบบ	ร้านค้า โรงแรม โรงงานในพื้นที่	ลดเวลาหยุดงานและมีผู้รับผิดชอบ
อาหารและวัตถุดิบ B2B	ร้านอาหาร ผู้จัดการจำหน่าย ครึ่งกลาง	รสชาติคงที่ ลดแรงงานหรือของเสีย
งานจัดซื้อให้โรงงาน	ฝ่ายจัดซื้อ/วิศวกรรมโรงงานที่มีอยู่	ส่งเร็ว สเปกผ่าน และควบคุมคุณภาพได้

ธุรกิจบริการรอบอุปกรณ์นำเข้า

ขายความพร้อมใช้งานให้ลูกค้าในพื้นที่

ข้อเสนอที่ขาย

สำรวจ ติดตั้ง ทดสอบ อบรม และ
บำรุงรักษาเป็นรอบ

ผู้ซื้อเริ่มต้น

โรงแรม ร้านอาหาร โรงงานขนาดเล็ก
หรือคลังสินค้าในระยะบริการ

สิ่งที่ต้องคุม

สิทธิซ่อม อะไหล่ ความปลอดภัย เวลา
ตอบรับ และต้นทุนเดินทาง

บริการเพิ่มกำไรได้ เมื่อคิดต้นทุนครบ

ตัวอย่างสมมติ • ราคา ก่อน VAT • บาทต่อชุด

ราคาแพ็คเกจ 14,000 บาท

ค่าติดตั้ง + สำรองบริการ 2,000 บาท

ค่าใช้จ่ายคงที่ต่อเดือน

60000

สินค้า 8,000 + ค่าใช้จ่ายผันแปรอื่น 1,000 บาทต่อชุด
ฐานขายเดี่ยว 10,000 บาท เหลือส่วนเกิน 1,000 บาท

คืนค่าสมมติเริ่มต้น

ส่วนเกินต่อชุด

3,000

มากกว่า/เท่ากับขายเดี่ยว 2,000 บาท

คุ้มค่าใช้จ่ายคงที่ที่ 20 ชุดต่อเดือน

ก่อนดอกเบี้ยและภาษี • สมมติว่ารายได้ทั้งหมดมาจากแพ็คเกจนี้
ไม่ใช่กำไรสุทธิหรือผลตอบแทนที่รับประกัน

ร้านค้าไทยมีพื้นที่ในงานที่ต้องช่วยเลือก

การขายซ้ำเริ่มจากความเข้าใจการใช้งาน

ร้านแบบเดิม	รูปแบบที่น่าทดลอง
ขายอุปกรณ์แยกชิ้น	ชุดพร้อมใช้ตามอาชีพ พร้อมติดตั้งหรือสอนใช้งาน
รอคนเดินเข้าร้าน	จัดรอบส่งของใช้สิ้นเปลืองให้ลูกค้าองค์กร
ส่วนลดให้ทุกคน	ราคาแพ็คเกจตามระดับบริการและความเร่งด่วน
ขายแล้วจบ	ประวัติการใช้งาน รอบเปลี่ยน และดูแลหลังขาย

งานลือตเล็กและงานเร่่งด่วน

ผู้ซื้ออาจยอมจ่ายเพื่อความแน่นอนในการผลิต

งานที่น่าค้นหา

อุปกรณ์จับยึด แม่พิมพ์ซ่อม อะไหล่
เฉพาะ บรรจุภัณฑ์ตามรุ่น

วิธีเข้าตลาด

ขอแบบงานและเกณฑ์รับชิ้นงาน ทด
ลองหนึ่งลือต ก่อนลงทุนเพิ่ม

ข้อจำกัด

มาตรฐาน เอกสารวัสดุ เครื่องมือวัด
และเวลารับรองผู้ขาย

สัญญาร่วมธุรกิจต้องสร้างความสามารถให้ไทย

ให้มูลค่ากับสิ่งที่แต่ละฝ่ายนำมาและสิ่งที่จะได้กลับ

หัวข้อเจรจา	สิ่งที่ควรระบุให้ชัด
คำสั่งซื้อ	สเปก ราคา เงื่อนไขชำระ ปริมาณ และสิทธิยกเลิก
ความรู้และคน	งานที่ฝึกได้ เอกสารที่ส่งมอบ และคนที่ทำแทนได้
แบรนด์และลูกค้า	เจ้าของเครื่องหมาย บัญชีร้านค้า ข้อมูล และสิทธิใช้งาน
ทางออก	อะไหล่ต่อเนื่อง การส่งคืนแม่พิมพ์ และการยุติสัญญา

มีช่องทางเข้าพบผู้ซื้อที่ใช้งานได้จริง

SUBCON Thailand 2026 รายงานการจับคู่กว่า 9,600 คู่

คู่เจรจาธุรกิจ

9,600+

รายงานจากผู้จัดงาน

ล้านบาท

≈23,000

มูลค่าธุรกิจคาดประมาณในงาน

ตัวเลขกิจกรรมไม่ใช่กำไรหรือยอดเงินที่ผู้ขายได้รับแล้ว

อาหาร B2B เริ่มจากต้นทุนของครัวลูกค้า

ขายรสชาติที่คงที่ พร้อมลดขั้นตอนและของเสีย

สินค้าเริ่มต้น

ซอสปรุงรสสำเร็จ วัตถุดิบแบ่งส่วน ผลไม้แปรรูป หรือวัตถุดิบตามสเปก

ผู้ซื้อ

ร้านอาหาร ครัวกลาง โรงแรม และผู้กระจายสินค้าอาหาร

หลักฐานที่จะขายได้

ทดสอบรสชาติ เวลาปรุง ของเสีย อายุสินค้า และการซื้อซ้ำ

ตลาดจีนควรเริ่มให้แคบพอที่จะเรียนรู้

หนึ่งกลุ่มลูกค้า หนึ่งเมือง และหนึ่งสินค้าเริ่มต้น

คำถามก่อนเข้า	ตัวอย่างการตัดสินใจ
ใครมีปัญหาและจ่ายเงิน	ครัวร้านอาหารไทยหลายสาขาที่ต้องการรสชาติคงที่
ใครช่วยเข้าถึงผู้ซื้อ	ผู้นำเข้าที่มีลูกค้าในประเภทอาหารของเรา
เมืองแรกเหมาะอย่างไร	เทียบลูกค้า เส้นทางขนส่ง คลังสินค้า และคู่ค้า
จะรู้ได้อย่างไรว่าควรขยาย	ซื้อซ้ำ ส่วนเกินเป็นบวก และส่งมอบได้ตามมาตรฐาน

ช่องทางเข้าจีนมีต้นทุนและเงื่อนไขต่างกัน

ช่องทางขายต้องเลือกพร้อมสินค้าและผู้นำเข้า

ช่องทาง	เหมาะกับ	สิ่งที่ต้องตรวจ
ผู้นำเข้า/ตัวแทน B2B	วัตถุดิบและสินค้าเข้าเซนร้าน	กำลังขาย เครดิต สิทธิผูกขาด และเอกสาร
ค้าปลีกทั่วไปในจีน	สินค้าที่พร้อมมาตรฐานและช่องทาง	ทะเบียน ฉลาก คลัง และเงื่อนไขผู้กระจาย
CBEC ผ่านแพลตฟอร์ม	ทดสอบบางสินค้าเข้าถึงผู้บริโภค	รายการอนุญาต ภาษี ข้อจำกัด และค่าช่องทาง
สิทธิใช้แบรนด์/สูตร/บริการ	ผู้มีทรัพย์สินทางปัญญาที่ชัดเจน	สิทธิใช้ การตรวจคุณภาพ และรายงานยอดขาย

กฎหมายจีนเปลี่ยนแล้วในปี 2026

Decree 280 มีผลตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2026 แทน Decree 248

ตรวจสอบสิทธิของสินค้า

ชนิดสินค้า ประเทศ โรงงาน และ
พิธีสารที่เกี่ยวข้อง

ตรวจสอบทะเบียนและเอกสาร

เส้นทางขึ้นทะเบียน CIFER จลาก และ
หน่วยงานไทยที่รับผิดชอบ

ตรวจสอบการส่งมอบจริง

ผลทดสอบ การสอบกลับ การเก็บ
รักษา และวิธีการจัดการเมื่อด่านไม่รับ

[13] General Administration of Customs of China (GACC) · [14] สถานเอกอัครราชทูตจีน

แบรนด์ต้องถือสิทธิและเห็นข้อมูลการขาย

ก่อนจ่ายค่าโฆษณา ต้องรู้ว่าเมื่อเปลี่ยนคู่ค้า เรายังเหลืออะไร

สินทรัพย์	การจัดการ
เครื่องหมายไทย/อังกฤษ/จีน	ค้นและวางแผนจดทะเบียนในชั้นสินค้าที่เกี่ยวข้อง
บัญชีร้านค้าและเนื้อหา	ระบุเจ้าของ สิทธิใช้งาน และการส่งมอบข้อมูล
ข้อมูลยอดขาย	เห็นยอดสุทธิ คำนวณสินค้า ต้นทุนช่องทาง และการซื้อซ้ำ
ตัวแทนจำหน่าย	กำหนดพื้นที่ ระยะเวลา เป้ายอด และเงื่อนไขยุติ

ผลไม้ไทยต้องรักษาทั้งคุณภาพและอำนาจต่อรอง

การปลูกเพิ่มเพียงอย่างเดียวเพิ่มความเสี่ยงได้

รักษาคุณภาพ

ความแก่สุก สารตกค้าง รหัสล็อต
แปลงและโรงคัดที่ถูกต้อง

เพิ่มทางเลือกขาย

หลายผู้ซื้อ แปรรูปเมื่อคุ้ม และสัญญา
ตามเกรด

รักษามูลค่าต้นทาง

แบรนด์สวน แหล่งกำเนิด และข้อมูล
คุณภาพที่พิสูจน์ได้

กรณีศึกษา GI ระยองบน Douyin

DITP รายงานยอดกิจกรรมมากกว่า 295,000 หยวน

สิ่งที่มีความสำคัญ

กิจกรรม 29 พ.ค. 2026 ของ Royal Farm ร่วมกับ สคต. หวานหนึ่ง

สิ่งที่นำไปคิดต่อ

แหล่งกำเนิดและคุณภาพ ทำงานร่วมกับคู่ค้าช่องทางจีนได้

สิ่งที่ยังไม่ทราบ

ค่า KOL คำนวณสินค้า ต้นทุนขนส่ง กำไรและยอดซื้อซ้ำ

อาหารสัตว์และความงาม มีโอกาสแบบมีเงื่อนไข

ตลาดใหญ่ไม่ได้ทำให้การสร้างแบรนด์ใหม่มีต้นทุนต่ำ

โอกาส	วิธีเริ่ม	ความเสี่ยงหลัก
อาหารสัตว์เฉพาะกลุ่ม	ร่วมโรงงานที่มีสิทธิตลาดและทดสอบกับผู้นำเข้า	สิทธิรายโรงงาน สูตร ฉลาก และแบรนด์จีน
เครื่องสำอางเฉพาะการใช้งาน	ทดสอบจุดขายที่มีหลักฐานและช่องทางถูกต้อง	NMPA/CBEC ค่าโฆษณา และการอ้างสรรพคุณ
อาหารสำหรับวัยสูงอายุ	เริ่มความสะดวกและความเหมาะสมในการบริโภค	สูตรเฉพาะ การกล่าวอ้างสุขภาพ และกำลังซื้อ

ท่องเที่ยวและบริการที่รายได้กระจายถึงพื้นที่

ออกแบบประสบการณ์ที่ชุมชนมีสิทธิและได้รับส่วนแบ่ง

บริการที่น่าทดลอง

อาหารท้องถิ่น เรียนทำอาหาร งานคราฟต์ กีฬา และโปรแกรมพักผ่อน

ลูกค้าที่เลือก

กลุ่มเล็กที่เห็นคุณค่าประสบการณ์ พร้อมตรวจสอบความต้องการจริง

การเก็บมูลค่า

จองตรงได้อย่างถูกต้อง แบ่งรายได้ชัด และพัฒนาผู้ให้บริการท้องถิ่น

สังคมสูงวัยสร้างโจทย์บริการในไทย

ประชากรไทยอายุ 60 ปีขึ้นไป 20.8% ในปี 2024

ผู้ซื้อจริง

ผู้สูงอายุ ครอบครัว ลูกหลาน หรือ
นายจ้าง ต้องแยกให้ชัด

บริการที่ทดลองได้

ปรับบ้าน ประสานการเดินทาง อาหาร
สะดวก และช่วยใช้อุปกรณ์

คุณภาพที่ต้องมี

ความน่าเชื่อถือ บุคลากรที่เหมาะสม
ความปลอดภัย และการส่งต่อ

AI และดิจิทัลต้องลดต้นทุนงานที่วัดได้

โอกาสสำหรับทีมเล็กที่เข้าใจกระบวนการของลูกค้า

งานลูกค้า	ข้อเสนอทดลอง
ใบสั่งซื้อหลายช่องทาง	รวบรวมและตรวจสอบความครบถ้วนก่อนคนอนุมัติ
สต็อกตลาดเคลื่อน	เชื่อมข้อมูลขายกับการตรวจนับและแจ้งรายการผิดปกติ
ตอบลูกค้าหลายภาษา	ค้นคู่มือที่ตรวจแล้ว พร้อมส่งต่อคนเมื่อไม่แน่ใจ
รายงานคุณภาพ/ส่งมอบ	ทำข้อมูลที่ฝ่ายจัดซื้อใช้ตัดสินใจได้ตรงเวลา

คนไทยต้องสะสมทักษะที่ขายได้

เส้นทางอาชีพควรมีผลงานที่นายจ้างหรือผู้ซื้อทดสอบได้

กลุ่มคน	สิ่งที่เริ่มฝึก
ช่างและแรงงานโรงงาน	วัดคุณภาพ อ่านแบบ บำรุงรักษา และใช้ข้อมูลแก้ปัญหา
ฝ่ายขายและผู้ประกอบการ	คิดต้นทุน เปรียบเทียบราคา ขาย B2B และติดตามเงินสด
คนรุ่นใหม่	จีน/อังกฤษเชิงงาน ดิจิทัล และเข้าใจกระบวนการธุรกิจ
เกษตรกรและชุมชน	คุณภาพ การสอบกลับ ปรับปรุงตามผู้ซื้อ และจัดการกลุ่ม

สิ่งที่ธุรกิจเล็กทำร่วมกันแล้วคุ้มขึ้น

รวมต้นทุนที่ใช้ร่วมได้ พร้อมรักษาการแข่งขันและข้อมูลสมาชิก

งานร่วม	รูปแบบที่น่าทดลอง
ทดสอบและมาตรฐาน	ใช้ห้องทดสอบ/ผู้เชี่ยวชาญร่วม จ่ายตามใช้
การขายและส่งออก	รวมตัวอย่างสินค้า นัดผู้ซื้อ และแบ่งผู้รับผิดชอบชัด
ระบบข้อมูล	รวมแนวโน้มที่ไม่เปิดเผยข้อมูลลับรายบริษัท
ทักษะและจัดซื้อ	ฝึกคนร่วมและรวมซื้อบริการตามกฎหมาย

กติกาที่เท่าเทียมต้องลงถึงการบังคับใช้

แยกการแข่งขันถูกกฎหมายออกจากการกระทำผิด

ประเด็น	ทางดำเนินการ
ภาษีและมาตรฐานสินค้า	ตรวจ HS หลักฐานชื่อ ฉลาก และใบอนุญาตที่เกี่ยวข้อง
การทุ่มตลาด	รวบรวมราคา ปริมาณ ความเสียหาย และเหตุสัมพันธ์ให้ DFT
ธุรกิจอำพราง	ส่งข้อเท็จจริงให้ DBD/DSI พิจารณาตามอำนาจ
การลงทุนใหม่	ติดตามงาน ทักเษะ และการซื้อในประเทศที่เกิดขึ้นจริง

เงินสดต้องอยู่รอดระหว่างเปลี่ยนธุรกิจ

ยอดขายที่โตพร้อมสต็อกและลูกหนี้ อาจทำให้ขาดเงิน

เห็นล่วงหน้า

ทำกระแสเงินสด 13 สัปดาห์ แยกภาษี
หนี้ และค่าใช้จ่ายประจำ

ลดเงินจม

สั่งตามหลักฐานยอดซื้อ เก็บมัดจำ
และจำกัดเครดิตลูกค้า

จำกัดความเสี่ยง

แยกงบทดลองจากเงินดำเนินงาน
กำหนดผู้อนุมัติและเกณฑ์หยุด

สามสถานการณ์ที่ควรเตรียมรับ

เป็นแบบจำลองความเสี่ยง ไม่ใช่การพยากรณ์

สถานการณ์สมมติ	สิ่งที่อาจเกิด	วิธีตอบสนอง
คู่แข่งลดราคา 20%	ส่วนเกินของสินค้าทั่วไปลด	ลดสินค้าที่ไม่คุ้ม เพิ่มงานที่มีค่าบริการชัด
ด่าน/ขนส่งสะดุด 30 วัน	ของขาดหรือเงินจม	อะไหล่วิกฤต แหล่งสำรอง และเงื่อนไขส่งมอบ
ผู้ซื้อหลักชะลอ 60 วัน	เงินรับเลื่อน งานใหม่ลด	แผนเงินสด นัดลูกค้าทดแทน และปรับกำลังตามงาน

การคัดเลือกโอกาสของกลุ่ม

คะแนนช่วยเปิดการสนทนา ต้องใช้หลักฐานประกอบ

ให้คะแนน 1 = ต่ำ ถึง 5 = สูง ตามหลักฐานของทีม

เข้าถึงผู้ซื้อที่จ่ายจริง	30%	3 ▼
ความสามารถส่งมอบ	25%	3 ▼
ส่วนเกินและเงินสด	25%	3 ▼
รักษาความได้เปรียบ	20%	3 ▼

☐ ผ่านเงื่อนไขกฎหมาย ความปลอดภัย และงบทดลอง

60 / 100

ยังไม่ผ่านเงื่อนไขพื้นฐาน ต้องตรวจให้ครบก่อนทดลอง

น้ำหนักและคะแนนเป็นกรอบเสนอ
คะแนนสูงไม่ใช่ผลตอบแทนสูง

แผนทดลอง 90 วัน

ขายและส่งมอบงานเล็กให้ได้ ก่อนเพิ่มทุนก้อนใหญ่

ช่วงเวลา	งานที่ต้องจบ	หลักฐานตัดสินใจ
วันที่ 1-15	คุยผู้ซื้อ 10 ราย ระบุปัญหาและผู้จ่าย	มีปัญหาค้างและขอข้อเสนอจริง
วันที่ 16-30	ส่งข้อเสนอ 3 แบบและคำนวณต้นทุน	มีผู้ซื้อยอมจ่าย/มัดจำอย่างน้อยหนึ่งราย
วันที่ 31-60	ส่งมอบงานทดลอง เก็บเวลาและข้อผิดพลาด	ส่วนเกินเป็นบวก ลูกค้ายอมรับงาน
วันที่ 61-90	ขอซื้อซ้ำ ทบทวนเงินสดและกำลังทีม	ขยาย ปรับ หรือหยุดตามหลักฐาน

มติที่ทำให้การประชุมเกิดผล

หนึ่งโจทย์ หนึ่งทีม และวันทบทวนที่ทุกคนเห็นตรงกัน

ปัญหาผู้ซื้อที่จะพิสูจน์

เช่น เครื่องเสียแล้วต้องรอช่างนาน

ผู้ซื้อที่จะติดต่อใน 7 วัน

ชื่อกลุ่มลูกค้าและช่องทางติดต่อ

เกณฑ์ไปต่อ / เกณฑ์หยุด

ส่วนเกิน ชื่อซ้ำ หรือการผ่านสเปก

ดาวน์โหลดแผนของกลุ่ม

บันทึกเป็นไฟล์ในเครื่อง · ไม่ส่งข้อมูลเข้าเซิร์ฟเวอร์

ผู้รับผิดชอบ

ชื่อทีม / ผู้รับผิดชอบ

งบทดลองสูงสุด

จำนวนเงินที่กลุ่มรับความเสียหายได้

วันที่ทบทวนครั้งแรก

dd/mm/yyyy

📅

อนาคตของธุรกิจไทย เริ่มจากสิ่งที่เราถือไว้ได้

ลูกค้าที่เลือกเรา ความสามารถที่พัฒนาได้ และรายได้ที่หล่อเลี้ยงคนไทย

การทดลองแรกของเรา จะเริ่มกับลูกค้าคนไหนใน 7 วัน?

ความหมายของตัวเลขและช่วงเวลา

ชุดข้อมูลต่างกันต้องไม่บวกหรือเทียบข้ามฐานโดยไม่ปรับ

คำ	ความหมายที่ใช้
ดุลสินค้า	มูลค่าส่งออกสินค้า - มูลค่านำเข้าสินค้า
ทั้งปี / YTD / YoY	12 เดือน / สะสมถึงเดือนที่ระบุ / เทียบช่วงเดียวกันปีก่อน
คำขอ BOI	ความตั้งใจขอส่งเสริม ไม่ใช่ยอดลงทุนจ่ายจริง
ส่วนเกินต่อหน่วย	รายได้สุทธิต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรทั้งหมด
มูลค่าเพิ่ม	ผลผลิตหักปัจจัยขั้นกลาง ต้องระวังบวกซ้ำ

ตารางข้อมูลการค้าประเภทรูป

หน่วยพันล้าน USD • ค่าพิเศษตามแหล่งข่าว

ปี/ช่วง	ส่งออกไปจีน	นำเข้าจากจีน	ขาดดุล
2021	—	—	29.28
2022	—	—	36.33
2023	—	—	36.63
2024	—	—	45.36
2025	39.72	107.62	≈67.90 คำนวณ
ม.ค.–ก.ค. 2026	26.837	81.967 คำนวณ	55.13

ต้นทุนขายในจีนต้องคิดจากยอดรับสุทธิ

ตัวอย่างสมมติหนึ่งคำสั่งซื้อ • หน่วยบาทเทียบเท่า

รายการ	จำนวน
ราคาขายก่อนภาษี หลังส่วนลด	1,000
สินค้า + ขนส่งและดำเนินการ	350 + 120
ค่าช่องทาง + โฆษณา	100 + 200
สำรองคืนสินค้า + บริการลูกค้า	80 + 50
ส่วนเกินก่อนค่าใช้จ่ายคงที่	100
ถ้าค่าโฆษณาเพิ่ม 100	ส่วนเกินเหลือ 0

เช็กลิสต์ส่งออกอาหารไปจีน

ส่งหนึ่งรายการก็ต้องผ่านเงื่อนไขครบ

ลำดับ	สิ่งที่ต้องมี
1 จำแนกสินค้า	HS สูตร ส่วนผสม การกล่าวอ้าง และวิธีเก็บรักษา
2 สิทธิและทะเบียน	ประเทศ/สินค้าเข้าได้ โรงงานและคู่ค้ามีคุณสมบัติ
3 ฉลากและคุณภาพ	ภาษาจีน ผลทดสอบ แหล่งผลิต รหัสล็อต และอายุสินค้า
4 ต้นทุนและเอกสาร	ราคา Incoterms การชำระ ใบรับรอง และผู้รับผิดชอบ
5 เมื่อมีปัญหา	ผู้ติดต่อรับ/คืน เรียกคืน ประกัน และค่าใช้จ่าย

การตรวจคู่ค้าก่อนขยายคำสั่งซื้อ

เริ่มธุรกรรมเล็กและตรวจสอบข้อมูลจากหลายทาง

ตรวจอะไร	หลักฐานที่ขอ
ตัวตนและผู้ลงนาม	ทะเบียนบริษัท ใบอนุญาต และอำนาจลงนาม
ธุรกิจที่ทำได้จริง	ลูกค้าอ้างอิง คลัง ช่องทางขาย และประวัติชำระ
บัญชีรับเงิน	ชื่อตรงคู่สัญญา ตรวจสอบการเปลี่ยนบัญชีอีกช่องทาง
คุณภาพและข้อพิพาท	สเปก ตัวอย่างที่รับรอง และวิธีตรวจรับ
การพึ่งพา	คู่ค้าสำรอง สิทธิยกเลิก และทรัพย์สินที่คืนได้

ร่วมลงทุนอย่างมีบทบาทจริง

ตัวอย่างหัวข้อเสนอเจรจา ไม่ใช่สัญญาสำเร็จรูป

ด้าน	คำถามก่อนตกลง
เงินและการควบคุม	ใครลงเงินจริง ใครอนุมัติจ่าย และตรวจบัญชีได้อย่างไร
ตลาดและทรัพย์สิน	ใครถือแบรนด์ แบบผลิต และความสัมพันธ์ผู้ซื้อ
คนและเทคโนโลยี	งานใดทำในไทย ฝึกใคร และวัดความสามารถอย่างไร
ทางออก	หากยอดไม่ถึงเป้า จะซื้อคืน/ยุติ/แบ่งทรัพย์สินอย่างไร

ข้อเสนอต่อสมาคมและพื้นที่

เริ่มงานร่วมที่มีผู้ซื้อและงบดำเนินงานชัด

ระยะ	ผลงาน
30 วัน	รวบรวมปัญหาผู้ซื้อจริงและความสามารถสมาชิก
90 วัน	นำร่องจับคู่ 3 งาน มีเงื่อนไขซื้อหรือทดลองที่ชัด
6 เดือน	ใช้บริการทดสอบ/ฝึกทักษะร่วมตามการใช้งานจริง
12 เดือน	เปิดผลลัพธ์คำสั่งซื้อ การชำระ และรายได้แรงงานรวม

ข้อเสนอนโยบายที่ตรวจผลได้

ใช้กับทุกสัญชาติ และคำนึงถึงผู้บริโภคด้วย

ข้อเสนอ	ตัวชี้วัดผล
ตรวจมาตรฐานและภาษีตามความเสี่ยง	เวลาปิดเรื่อง สัดส่วนผิดซ้ำ และการะผู้ค้าถูกกฎหมาย
เชื่อม FDI กับผู้ผลิตไทย	คำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นจริง ผู้ขายที่ผ่านมาตรฐาน และงานทักษะ
ลดต้นทุนมาตรฐานของ SME	ต้นทุน/เวลาทดสอบ และยอดขายหลังรับรอง
ปรับทักษะและการแข่งขัน	ค่าจ้างหลังฝึก ผลิตภาพ และการเข้าถึงตลาดของรายใหม่

การเริ่มตามทรัพยากรที่มี

ตัวเลขบ่งชี้ถึงความเสียหายที่รับได้

ฐานของทีม	สิ่งที่เหมาะเริ่มทดสอบ	สิ่งที่ชะลอก่อน
คน/ทักษะ แต่ทุนน้อย	บริการเฉพาะ งานขาย B2B งานดิจิทัล	สต็อกมากและเช่าพื้นที่ระยะยาว
ร้านค้า/ฐานลูกค้า	ชุดพร้อมใช้ รอบส่ง และหลังขาย	แข่งราคาทุกรายการ
โรงงาน/ระบบคุณภาพ	ชิ้นงานทดลองและผู้ซื้อใหม่	ซื้อเครื่องก่อนสเปกและคำสั่งซื้อ
แบรนด์/ทีมส่งออก	สินค้าหนึ่งตัวในเมืองเดียว	เปิดหลายช่องทางพร้อมกัน

ธุรกิจที่ควรระวังก่อนเริ่ม

ตรวจสอบความได้เปรียบและเงินสดก่อนรับความเสี่ยงสูง

รูปแบบ	เหตุที่ต้องระวัง
สินค้าทั่วไปนำเข้ามาขายต่อ	ลูกค้าเทียบราคาได้ง่าย และต้นทุนทางขายตรงได้
สร้างแบรนด์ในจีนด้วยโฆษณาอย่างเดียว	ค่าหาลูกค้า คั้นสินค้า และสิทธิแบรนด์อาจไม่คุ้ม
ปลูกเพิ่มตามราคาฤดูกาลก่อน	ผลผลิตออกช้าและคู่แข่งเพิ่มก่อนถึงเวลาขาย
ลงทุนเครื่องจักรตามข่าว FDI	คำขออาจยังไม่กลายเป็นคำสั่งซื้อ
กิจการถือหุ้นแทนโดยไม่มีบทบาท	ความเสี่ยงกฎหมายและไม่มีอำนาจจริง

คำตอบสำหรับคำถามในห้องประชุม

ตอบตรง โดยรักษาขอบเขตหลักฐาน

คำถาม	คำตอบหลัก
ต้องเลิกซื้อของจีนหรือไม่	ประเมินคุณภาพและต้นทุนรวม ใช้สิ่งนำเข้าเพื่อเพิ่มความสามารถไทยได้
ขาดดุลเท่ากับประเทศขาดทุนหรือไม่	ไม่เท่ากัน ต้องดูดุลกับโลก บริการ และมูลค่าเพิ่ม
แค่สร้างแบรนด์พอหรือไม่	ต้องมีคุณภาพ ผู้ซื้อ ช่องทาง สิทธิ และกำไรหลังค่าใช้จ่าย
ถ้าไม่รู้ภาษาจีนเริ่มได้ไหม	เริ่มไทยก่อน หรือใช้คู่ค้าที่ตรวจได้และสัญญาชัด
เก็บภาษีเพิ่มแก้ได้หมดไหม	ต้องคิดปัจจัยผลิตและผู้บริโภค พร้อมยกระดับผลิตภาพ

คลังโอกาสและเอกสารประกอบ

เปิดดูตามอุตสาหกรรม หรือแจกให้ผู้เข้าประชุมศึกษาเพิ่มเติม

คลัง 24 โอกาสธุรกิจ ↗

ข้อมูลกราฟและสูตรคำนวณ (Excel)

ชุดนำเสนอออฟไลน์ (ZIP)

บทวิเคราะห์และบันทึกผู้พูด ↗

สไลด์สำหรับแจก (PDF)

ทะเบียนแหล่งข้อมูล 30 รายการ ↗

ขอบเขตและความเชื่อมั่นของหลักฐาน

ค้นคว้าถึง 12 กันยายน 2026

ยืนยันจากหน่วยงาน

กฎ GACC 280 สกิติรวม สนค.
คำขอ BOI และกรอบ รปท./World Bank

ใช้ข่าวกรองอย่างเปิดเผย

ดุลวิภาคปี 2025 และ ม.ค.–ก.ค.
2026 ยังไม่กระทบยอดตารางดิบ

ข้อเสนอที่ต้องทดสอบ

ลำดับโอกาส คะแนน งบทดลอง ผล
กำไร และแผน 90 วัน

แหล่งข้อมูลและวิธีตรวจสอบ

แหล่งอ้างอิง 30 รายการ พร้อมช่วงข้อมูลและข้อจำกัด

เศรษฐกิจและการค้า

สน. สนค. BOI World Bank และ The Nation [1–9, 27, 29–30]

สังคม กติกา และคู่ค้า

สสช. ศุลกากร DFT DBD และ DSI [20–26]

[เปิดทะเบียนแหล่งข้อมูลและข้อจำกัดทั้งหมด ↗](#)

สินค้าและตลาดจีน

DITP GACC และกรมทรัพย์สินทางปัญญา [10–19, 28]