



สู่ทางและโอกาสในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร และโรงแรม
ของไทยในมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน
PROSPECTS FOR THAI INVESTMENT IN TOURISM, RESTAURANTS AND
HOTELS IN YUNNAN PROVINCE, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

โดย
กนกอร เป็ลียนสกุล

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจีนในระบบเศรษฐกิจโลก
วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2556



PROSPECTS FOR THAI INVESTMENT IN TOURISM, RESTAURANTS AND
HOTELS IN YUNNAN PROVINCE, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

BY

KANOKORN PLIANSAKUN

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF ARTS IN CHINA IN WORLD ECONOMIC SYSTEM
COLLEGE OF SOCIAL INNOVATION

GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY

2013




วิทยานิพนธ์เรื่อง

ลู่ทางและโอกาสในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร และโรงแรม
ของไทยในมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน

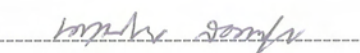
โดย
กนกอร เปลี่ยนสกุล

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจีนในระบบเศรษฐกิจโลก

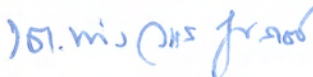
มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2556


รศ. วิทยากร เชียงกุล
ประธานกรรมการสอบ


ดร. พิทยา สุวคันธ์
กรรมการ


รศ. นฤมิตร สอดสุข
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว



(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

28 พฤษภาคม 2557



Thesis entitled

PROSPECTS FOR THAI INVESTMENT IN TOURISM, RESTAURANTS AND
HOTELS IN YUNNAN PROVINCE, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

by

KANOKORN PLIANSAKUN

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Arts in China in World Economic System

Rangsit University
Academic Year 2013

W. Chiengkul

Assoc.Prof. Witayakorn Chiengkul
Examination Committee Chairperson

P. Suvakunta

Pittaya Suvakunta, Ph.D.
Member

N. Sodsuk

Assoc.Prof. Naruemit Sodsuk
Member and Advisor

Approved by Graduate School

Vannee Sooksatra

(Asst.Prof.Pl't.Off. Vannee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

May 28, 2014

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ลู่ทางและโอกาสในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร และโรงแรมของไทย ในมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ครั้งนี้ จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงลงได้ หากปราศจากการสนับสนุนจากหลายท่าน ก่อนสิ่งอื่นใดใคร่ขอกราบขอบพระคุณครูอาจารย์ ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ต่างๆ จนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งเป็นประสบการณ์ชีวิตที่ประเมินค่ามิได้

กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ณัฏมิตร สอดสุข และอาจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์ ที่ให้ความกรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และคอยให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนให้คำแนะนำ ความรู้และกำลังใจ ในช่วงระยะเวลาของการเขียนวิทยานิพนธ์ นอกจากนี้ผู้ศึกษาต้องขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์วิทยากร เชียงกูร ที่กรุณาสละเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนให้แนวความคิด คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่ดีแก่ผู้ศึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ และขอขอบพระคุณอาจารย์ชูศักดิ์ สุวิมลเสถียร ครูผู้ให้และจุดประกายความคิด ประเด็นงานวิจัยนี้ พร้อมทั้งความรู้ ประสบการณ์ ตลอดจนกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือกับผู้ศึกษา มาโดยตลอด

ขอขอบคุณเพื่อนทุกคน และเพื่อนนักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท จีนในระบบเศรษฐกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิตทุกท่าน สำหรับมิตรภาพและกำลังใจที่ดี ตลอดการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

และที่สำคัญคือขอกราบขอบพระคุณพ่อและแม่ ของข้าพเจ้า ที่ให้ความรัก อบรม เลี้ยงดู มอบศรัทธาและ คอยให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในทุกด้านต่างๆ แก่ข้าพเจ้าจนสามารถทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยดี ตลอดจนทุกท่านที่มีส่วนสำคัญในความสำเร็จของกระบวนการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

กนกอร เปลี้นสกุล

ผู้วิจัย

5208338 : สาขาวิชา : จีนในระบบเศรษฐกิจโลก; ศศ.ม. (จีนในระบบเศรษฐกิจโลก)
 คำสำคัญ : ธุรกิจภาคบริการในจีน ธุรกิจการท่องเที่ยวของจีน การท่องเที่ยวใน
 Kunming ร้านอาหารไทยในจีน ร้านอาหารไทยใน Kunming ธุรกิจโรงแรม
 ในจีน ธุรกิจโรงแรมของคนไทยใน Kunming

กนกอร เปลีียนสกุล : ลู่ทางและโอกาสในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว
 ภัตตาคาร และโรงแรมของไทยในมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน (PROSPECTS
 FOR THAI INVESTMENT IN TOURISM, RESTAURANTS AND HOTELS IN YUNNAN
 PROVINCE, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA) อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.นฤมิตร สอดสุข,
 123 หน้า.

การศึกษาวิจัยในวิทยานิพนธ์เรื่อง ลู่ทางและโอกาส ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว
 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรมของไทย ในมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ฉบับนี้ มี
 วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการของการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และ
 โรงแรม ในจีน ทั้งก่อนและหลังการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ
 การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ของไทย ในมณฑลยูนนาน
 สาธารณรัฐประชาชนจีน 3) เพื่อศึกษาถึง โอกาส และอุปสรรค ตลอดจนลู่ทางและโอกาสในการดำเนิน
 ธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรมของไทย ในมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชน
 จีน โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) โดยวิธีการพรรณนา (Description)
 และการวิเคราะห์ (Analysis) ซึ่งผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลเอกสารจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งไทยและจีน
 ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร และโรงแรมของไทย ในมณฑลยูนนาน
 สาธารณรัฐประชาชนจีน

จากการศึกษาพบว่า ในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน มีผู้ประกอบการและตัวแทนหลักของ
 ธุรกิจนำเที่ยว ที่จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ทั้งหมด 23
 บริษัท และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ให้บริการการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศจีน
 จัดทำโดย การท่องเที่ยวแห่งมณฑลยูนนาน (Yunnan Tourism Authority) 18 บริษัท ภัตตาคาร/
 ร้านอาหารไทย รวม 6 ร้าน ที่เจ้าของเป็นคนไทยและชาวต่างชาติ และโรงแรม 2 โรงแรม ที่ทีมบริหาร
 เป็นคนไทย ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม มีสัดส่วนที่น้อยกว่าธุรกิจ
 นำเที่ยว

ลายมือชื่อนักศึกษา..... กนกอร เปลีียนสกุล..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... รศ.นฤมิตร สอดสุข.....

ผลการศึกษาพบว่าในการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ในมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีนนั้น ประเทศไทยจัดว่ามีศักยภาพในการแข่งขันระดับสากล ซึ่งจากการวิเคราะห์ธุรกิจทั้ง 3 ประเภท ใน 4 ประเด็นหลักคือ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ทำให้เห็นมองเห็นถึงศักยภาพของธุรกิจไทยในการขยายตลาดสู่จีน สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจได้เป็นอย่างมาก ในการนำจุดเด่นมาใช้ และพบจุดอ่อนและข้อบกพร่อง ที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการเตรียมการปรับปรุงแก้ไขและป้องกันไว้ล่วงหน้าได้ อีกทั้งยังทำให้เห็นโอกาส และช่องทางทางการตลาดในประเทศจีนมากยิ่งขึ้น และถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีจุดแข็งและโอกาสในการเข้าสู่ตลาดจีนในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม แต่ข้อเสนอนี้เหมาะสำหรับ ผู้ประกอบการไทย ในการขยายตลาดสู่จีนนั้น ผู้ประกอบการควรต้องทำการศึกษาลงลึกในแต่ละธุรกิจ แต่ละพื้นที่ เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพในแต่ละพื้นที่เป้าหมาย เพื่อที่จะสามารถวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งไปกว่านั้นการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจในภาษาและวัฒนธรรมจีน ตลอดจนการหาพันธมิตรทางการค้าที่น่าเชื่อถือ เป็นสิ่งที่จำเป็นและเป็นปัจจัยหนึ่งที่ไม่อาจมองข้ามในการวางแผนขยายตลาดสู่ประเทศจีน นอกเหนือไปจากการสนับสนุนจากภาครัฐในเชิงนโยบาย

ลายมือชื่อนักศึกษา.....*Thomas เมย์หลิว*..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....*นางสาว รุ่งอรุณ*.....

5208338 : MAJOR : CHINA IN WORLD ECONOMIC SYSTEM ; M.A.

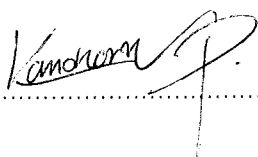
KEY WORDS : BUSINESS SERVICES SECTOR IN CHINA, TOURISM OF CHINA,
TOURISM IN KUNMING, THAI RESTAURANT IN CHINA, THAI
RESTAURANT IN KUNMING, THAI BUSINESS HOTELS IN CHINA.

KANOKORN PLIANSAKUN : PROSPECTS FOR THAI INVESTMENT IN
TOURISM, RESTAURANTS AND HOTELS IN YUNNAN PROVINCE, PEOPLE'S
REPUBLIC OF CHINA. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF. NARUEMIT SODSUK,
123 p.

The purpose of this thesis, entitled "Prospects for Thai investment in Tourism, Restaurants and Hotels in Yunnan Province, People's Republic of China" is threefold. The first objective is to study the development of business Tourism, Restaurants and Hotels in China before and after became to a member of WTO. The second objective is to study factors that affected to business operations of Tourism, Restaurants and Hotels of Thailand in Yunnan Province, China. And the third objective is to study the threats and opportunities of Tourism, Restaurants and Hotels of Thailand in Yunnan Province, China. For this study I apply the Globalization framework and SWOT analysis framework developed by Kotler. The research methodology used is a qualitative research based on both documentary research and content analysis by descriptive analysis. The main study area covers Kunming Municipality, Yunnan Province.

The research finding, derived from studying and analyzing in the Kunming Municipality, Yunnan Province have 23 companies of entrepreneurs and representatives of the tourism business conducted by the Tourism Authority of Thailand in Kunming, Yunnan province, 18 companies of entrepreneurs that service inbound and outbound tour (conducted by Yunnan Tourism Authority), 6 restaurants both of Thai owner and Foreigner owner and 2 hotels manage by Thai management team. The ratio of Tourism more than Restaurant and Hotels.

Student's Signature.....

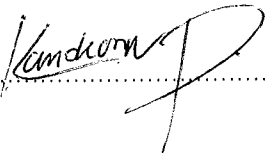



Thesis Advisor's Signature.....



According to the study, the Tourism, Restaurants and Hotels of Thailand has a lot of potentials to go to China by SWOT analysis framework (Strength, Weakness, Opportunity and Threat). However, The Thai entrepreneurs should be studied in depth area by area before investing. Moreover the one important thing is the development of human knowledge to understand Chinese language and culture too, It is the one factor that can not be overlooked in planning expansion into China in addition to looking for a good partner.

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

Student's Signature  Thesis Advisor's Signature 

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	5
1.3 ระเบียบวิธีวิจัย	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎี และแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	9
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 เศรษฐกิจมณฑลยูนนานและการค้าไทย-จีนตอนใต้	21
บทที่ 4 พัฒนาการนโยบายและการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรมของไทยของไทยในจีน	41
4.1 นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีนก่อนเข้า WTO	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2 นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน (จีนเป็นสมาชิก WTO)	45
4.3 นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน (เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน)	52
4.4 สรุปกรอบข้อตกลงการค้าบริการจีนกับไทย ภายใต้กรอบ WTO และ เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน	53
4.5 สรุป	62
บทที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อนโยบายการค้าบริการท่องเที่ยว ภัตตาคารร้านอาหาร และโรงแรมของไทยในจีน	66
5.1 ภาพรวมธุรกิจภาคบริการของจีน	68
5.2 กฎเกณฑ์ด้านการลงทุนในภาคบริการของจีน	70
5.3 กฎระเบียบและมาตรการด้านการลงทุนในมณฑลยูนนาน	77
5.4 กฎระเบียบ ขั้นตอนการดำเนินงานธุรกิจบริการ ด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม	79
5.5 สรุป	87
บทที่ 6 โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคารร้านอาหาร และโรงแรมของไทย ในมณฑลยูนนาน	89
6.1 ด้านการท่องเที่ยว	90
6.2 ด้านภัตตาคาร / ร้านอาหาร	99
6.3 ด้านโรงแรม	106
6.4 สรุป	110

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 7 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	113
7.1 สรุปผล	113
7.2 อภิปรายผล	116
7.3 ข้อเสนอแนะ	118
บรรณานุกรม	119
ประวัติผู้เขียน	123

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 3.1	ข้อมูลพื้นฐานของมณฑลยูนนาน	23
ตารางที่ 3.2	ดัชนีทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญของมณฑลยูนนาน	27
ตารางที่ 3.3	ธุรกิจค้าปลีกในมณฑลยูนนาน ปี ค.ศ.2010	29
ตารางที่ 3.4	ธุรกิจอาหารในมณฑลยูนนาน	30
ตารางที่ 3.5	มูลค่าผลิตภัณฑ์ของมณฑลยูนนานปี ค.ศ.2010	31
ตารางที่ 3.6	มูลค่าผลิตภัณฑ์รวมภายในเมือง 5 อันดับสูงสุดของมณฑลยูนนาน ปี ค.ศ.2010	32
ตารางที่ 3.7	มูลค่าผลผลิตทางการเกษตรของมณฑลยูนนาน ปี ค.ศ.2008 – ค.ศ.2010	32
ตารางที่ 3.8	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว ในปี ค.ศ.2008 – ค.ศ.2010	33
ตารางที่ 3.9	สัดส่วนรายได้ภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ต่อ GDP ของจีน	37
ตารางที่ 3.10	สัดส่วนรายได้ภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ต่อ GDP ของจีน	39
ตารางที่ 4.1	แสดงผลการเจรจาการค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อไทย ในการเข้าสู่จีน	46
ตารางที่ 4.2	สรุปเงื่อนไขข้อผูกพันด้านการค้าบริการในจีน	49
ตารางที่ 5.1	มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของมณฑลยูนนานปี 2010	69
ตารางที่ 6.1	ประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว	90
ตารางที่ 6.2	ตัวอย่างรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ให้บริการการท่องเที่ยว ทั้งภายในและภายนอกประเทศจีน	93

สารบัญภาพ

	หน้า	
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	7
ภาพที่ 3.1	ภาพแผนที่แสดงอาณาเขตของประเทศจีน	21
ภาพที่ 3.2	ภาพแผนที่การแบ่งเขตการปกครองมณฑลยูนนาน	22
ภาพที่ 3.3	ภาพข้อมูลสถิติทางเศรษฐกิจ มณฑลยูนนานปี 2555	38
ภาพที่ 5.1	ขั้นตอนการขอจัดตั้งบริษัท	82
ภาพที่ 5.2	ขั้นตอนการจดทะเบียนและขออนุญาตประกอบร้านอาหาร	85
ภาพที่ 5.3	ขั้นตอนการจดทะเบียนและขออนุญาต	87

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การก้าวขึ้นสู่ความเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจโลกของประเทศจีนในศตวรรษที่ 21 เป็นสิ่งที่น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่ง โดยมีปัจจัยที่สำคัญคือ การมีขนาดของประเทศที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก (ขนาดพื้นที่ 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร) รองจากประเทศรัสเซีย และแคนาดา และขนาดของประชากรทั้งประเทศประมาณ 1,370 ล้านคน (ปี ค.ศ. 2011) (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง, <http://www.thaiembbeij.org/thaiembbeij/th/republic-of-china/>, 1 ตุลาคม 2555) ซึ่งบทบาททางเศรษฐกิจของจีนมีความโดดเด่นมากขึ้น หลังจากการสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีนในปี ค.ศ. 1949 จากการปฏิรูปเศรษฐกิจภายในประเทศและการเปิดประเทศในปี ค.ศ. 1979 ตลอดจนการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO)

อาจกล่าวได้ว่าประเทศจีนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว รวมทั้งความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจจากนโยบายทางเศรษฐกิจและแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ปัจจุบันจีนมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลกในปี ค.ศ. 2011 และในครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2013 จีนมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) มูลค่าสูงถึง 24,800,900 ล้านหยวน ขยายตัวขึ้นร้อยละ 7.6 จากช่วงเดียวกันของปี ค.ศ. 2012 โดย GDP ในไตรมาสแรกของปี ค.ศ. 2013 ได้ขยายตัวร้อยละ 7.7 และ ไตรมาสที่ 2 ขยายตัวร้อยละ 7.5 แบ่งเป็นมูลค่าการค้าเกษตรกรรม 1,862,200 ล้านหยวน ขยายตัวขึ้นร้อยละ 3 มูลค่าการค้าอุตสาหกรรม 11,703,700 ล้านหยวน ขยายตัวขึ้นร้อยละ 7.6 และมูลค่าการค้าบริการ มีมูลค่า 11,235,000 ล้านหยวน (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครเฉิงตู, <http://news.xinhuanet.com>, 15 กรกฎาคม 2556)

ในปี ค.ศ. 2013 มูลค่า GDP เท่ากับ 51,932,200 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.8 เมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2011 โดยไตรมาสแรกเติบโตร้อยละ 8.1 ไตรมาสที่ 2 เติบโตร้อยละ 7.6 ไตรมาสที่ 3 เติบโตร้อยละ 7.4 และไตรมาสที่ 4 เติบโตร้อยละ 7.9 ทั้งนี้ มูลค่า GDP ในไตรมาสที่ 4 เติบโตร้อยละ 2.0 เมื่อ

เทียบกับไตรมาสที่ 3 แบ่งตามประเภทอุตสาหกรรมแล้ว มูลค่าการค้าภาคเกษตรกรรม มีมูลค่า 5,237,700 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 มูลค่า การค้าภาคอุตสาหกรรม มีมูลค่า 23,531,900 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.1 และมูลค่าการค้าภาคบริการ มีมูลค่า 23,162,600 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.1 (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ กรุงปักกิ่ง, <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/china-info/economy/>, 1 ตุลาคม 2555)

ถึงแม้ว่าการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศหรือ GDP ของจีนจะชะลอตัว และลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 7 ไตรมาสที่ผ่านมา แต่ในไตรมาส 4 ของปี ค.ศ. 2013 GDP ของจีนได้เริ่มเติบโตเร็วขึ้น โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยทั้งปีที่ร้อยละ 7.8 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ต่ำที่สุดในรอบ 11 ปี ส่วนในด้านรายได้ต่อหัวของประชากรจีน ซึ่งจากสำนักงานสถิติแห่งชาติของจีนรายงานตัวเลขในครึ่งปีแรกของค.ศ. 2013 ว่า รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยของประชากรในเขตเมืองอยู่ที่ 12,509 หยวนต่อเดือน หรือคิดเป็นเงินไทยเท่ากับ 62,545 บาทต่อเดือน (อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 5 บาท) นครเซี่ยงไฮ้เป็นเมืองที่ประชากรมีรายได้เฉลี่ยสุทธิสูงสุดเป็นอันดับ 1 ที่ 20,689 หยวนต่อเดือน (ประมาณ 103,445 บาทต่อเดือน) อันดับ 2 ได้แก่มณฑลเจ้อเจียง ที่ 18,802 หยวนต่อเดือน (ประมาณ 94,140 บาทต่อเดือน) และอันดับที่ 3 คือกรุงปักกิ่งที่ 18,154 หยวนต่อเดือน (ประมาณ 90,770 บาทต่อเดือน) ส่วนอันดับที่ 4-6 คือมณฑลกวางตุ้ง มณฑลฝูเจี้ยน และเมืองเทียนจิน ตามลำดับ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, <http://www.ditp.go.th/attachments/article/doc/55/55002424.pdf>, 1 กรกฎาคม 2555)

ความสำเร็จของจีนดังกล่าวนี้เป็นผลจากนโยบายทางเศรษฐกิจ การขยายโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ มาตรการกระตุ้นการส่งออก การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมและเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต รวมถึงการให้ความสำคัญในการปรับปรุงเทคโนโลยีและผลจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วย ตลอดจนการเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization WTO) ของจีน ซึ่งนับเป็นก้าวที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อจีนในการพัฒนาประเทศ การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและอำนาจการต่อรองในเวทีโลก ประเทศจีนต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการของ WTO ทั้งหลักการการให้การปฏิบัติต่อประเทศสมาชิก WTO ด้วยความอนุเคราะห์ยิ่ง (Most Favored Nation Treatment) หลักการเปิดตลาด หลักการแข่งขันอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส ตลอดจนการปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบทางการค้า เพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของ WTO การลดอัตราภาษีตาม

ข้อผูกพัน ลดการให้การอุดหนุนแก่ผู้ผลิตและผู้ส่งออก และจากการที่จีนต้องปฏิบัติตามพันธกรณี WTO โดยการเปิดตลาดการค้าและบริการภายในประเทศ จึงทำให้จีน กลายเป็นตลาดที่ใหญ่ ที่สามารถรองรับสินค้า บริการ และการลงทุนจากประเทศต่างๆ ในขณะที่เดียวกันจีนก็สามารถที่จะพัฒนาเศรษฐกิจในระบบเปิด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันอย่างเข้มแข็งในตลาดโลก จากการพัฒนาประเทศของจีนได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญทั้งเศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งเป็นแม่เหล็กที่ดึงดูดให้ประเทศคู่ค้าสำคัญ อย่างเช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป เกาหลีใต้ รวมทั้งประเทศไทย ที่พยายามจะเข้าไปมีส่วนร่วมในตลาดของจีนมากขึ้น ด้วยต่างก็เล็งเห็นศักยภาพทางเศรษฐกิจที่ยิ่งใหญ่ของจีนในศตวรรษนี้

นับตั้งแต่ปีค.ศ. 1999 เป็นต้นมา รัฐบาลจีนได้นำแผนการพัฒนาพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันตกของประเทศมาบรรจุเข้าไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ซึ่งได้แก่ มณฑลกานซู หึงชื่อยมองโกลเลียใน เสฉวน ยูนนาน ส่านซี กวางซี และเมืองต่างๆ เช่น เมืองฉงชิ่ง กุ้ยโจว ชิงไห่ และเขตปกครองตนเองทิเบต โดยเน้นการลงทุนจากภาครัฐและสร้างแรงจูงใจในการลงทุนสาขาใหญ่ ทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศ โดยใช้ “นโยบายดำเนินมาตรการมุ่งตะวันตก (Implementation Measures of the Go-West Policy)” ซึ่งครอบคลุมการให้สิทธิพิเศษด้านภาษี เพื่อมุ่งส่งเสริมการลงทุนในทั้งสองภาคของจีน เพื่อให้เศรษฐกิจก้าวหน้าและมีการค้ากับต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยสะท้อนให้เห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 10 เป็นต้นมา

จากนโยบายมุ่งตะวันตก (Go-West Policy) ดังกล่าวได้ส่งผลให้เกิดโครงการสำคัญต่างๆ มากมาย ซึ่งหนึ่งในโครงการสำคัญที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิก ได้แก่ “โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region Economic Cooperation : GMS-EC) หรือ “หกเหลี่ยมเศรษฐกิจ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขยายตัวทางการค้า การลงทุน อุตสาหกรรม เกษตร และบริการ ในพื้นที่ความร่วมมือ ซึ่งประกอบด้วย 6 ประเทศสมาชิกคือ ไทย กัมพูชา สปป.ลาว สหภาพพม่า เวียดนาม และจีนตอนใต้(มณฑลยูนนาน) ในปัจจุบัน GMS ให้ความสำคัญกับการพัฒนาในแนวพื้นที่เศรษฐกิจ (Economic Corridors) โดยเฉพาะในแนวตะวันออก – ตะวันตก ที่เชื่อมระหว่างสหภาพพม่า ไทย สปป.ลาว และเวียดนาม และในแนวเหนือ-ใต้ ที่เชื่อมระหว่างไทยกับจีนตอนใต้ผ่าน สปป.ลาว ซึ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานควบคู่ไปกับการปรับปรุงกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้าและการลงทุนในพื้นที่ และเพื่อสนับสนุนกิจกรรมด้านการผลิต การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในภูมิภาค โดยจากการประชุมสุดยอดกรอบความร่วมมือ

ทางเศรษฐกิจในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub regional Economic Cooperation : GMS-EC)” ครั้งแรกที่ประเทศกัมพูชา ที่ประชุมได้ตกลงที่จะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน กฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค การอำนวยความสะดวกทางการค้า การผ่อนคลายเรื่องการค้า การอนุญาตข้ามแดน เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ เพื่อให้มีการพบปะกันให้มากยิ่งขึ้น และไทยได้เสนอให้เร่งรัดและส่งเสริมความร่วมมือด้านการค้าและการท่องเที่ยว โดยให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวและการบินของอนุภูมิภาคเชื่อมโยงเมืองหลวงและเมืองรองของ GMS และจังหวัด เชียงรายเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่จะสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีบทบาททางเศรษฐกิจการค้าตามแนวชายแดน จากศักยภาพของประเทศจีน เหตุผลและปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยและนักธุรกิจของไทยเป็นอย่างยิ่งในการที่จะขยายตลาดการค้า การลงทุนในจีน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและจีนนั้น มีความสัมพันธ์อันดีมาเป็นเวลายาวนาน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม ซึ่งจากนี้เองด้วยประเทศไทยตั้งอยู่ใจกลางประเทศแถบอินโดจีน ลักษณะภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบของไทยจึงส่งผลดีต่อการเป็นศูนย์กลางสำคัญของการเชื่อมโยงระหว่างอาเซียนกับจีน แม้ไทยจะไม่มีพรมที่ติดกันโดยตรงกับจีน แต่มีระยะทางห่างกันเพียง 250 กิโลเมตร ด้วยแม่น้ำโขงและทางบกด้วยถนนเส้น R3A ที่มีเขตแดนเชื่อมตั้งแต่จังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทยไปจนถึงมณฑลยูนนานชายแดนทางตอนใต้ของจีน โดยมณฑลยูนนานตั้งอยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศจีนและเป็นมณฑลที่อยู่ติดกับประเทศสมาชิกอาเซียน 3 ประเทศคือ สหภาพพม่า ลาว และเวียดนาม ถือเป็นมณฑลที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประเทศไทยที่สุดและเป็นประตูสู่ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มณฑลยูนนานจึงมีการค้าขายกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนมาอย่างช้านานและประชากรในมณฑลยูนนานยังมีความใกล้ชิดผูกพันกับชาวไทย นอกจากนี้แล้วรัฐบาลจีนได้มีนโยบายพัฒนาและส่งเสริมภาคการผลิตสินค้าเกษตรไฮเทค และเขตการค้าเสรีการส่งออกพร้อมๆ กัน ทั้งในภาคกลางและภาคตะวันตกและรวมมณฑลยูนนานอยู่ด้วย จึงทำให้ระดับการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของมณฑล เจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดดในทศวรรษที่ผ่านมา

อาจกล่าวได้ว่า การที่รัฐบาลกลางของจีนมีนโยบายทางเศรษฐกิจในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศ การสนับสนุนให้มีการเปิดการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติ รวมทั้งการเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization WTO) หรือความร่วมมือระดับภูมิภาคของจีน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ และมีความ

สอดคล้องกับประเทศไทย ที่ต้องการขยายตลาดการค้าสู่ประเทศต่างๆ โดยเฉพาะจีน ที่เป็นตลาดการค้าใหญ่ และจากการที่ไทยมีจุดเด่นทางภูมิศาสตร์ การเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเข้มแข็งที่สุดในกลุ่มประเทศแถบอินโดจีน โดยเฉพาะในธุรกิจด้านบริการที่มีศักยภาพมากและนานาชาติต่างให้การยอมรับ สำหรับประเทศไทยนับว่าเป็นโอกาสที่ท้าทายอย่างยิ่งในขยายตลาดเข้าสู่ประเทศจีน นอกจากภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรมแล้ว การดำเนินธุรกิจภาคบริการนับเป็นหนึ่งภาคธุรกิจที่ไทยมีจุดแข็งและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศมาโดยตลอด โดยสะท้อนจากธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการท่องเที่ยวและ ธุรกิจสปา ที่มีชื่อเสียงระดับโลก อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการไทยยังไม่ได้เข้าสู่ตลาดของจีนอย่างเต็มที่ จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจภาคบริการของไทยในการขยายตลาดเข้าสู่ประเทศจีน โดยพิจารณาในพื้นที่ที่ใกล้ประเทศไทยมากที่สุดของจีน คือ มณฑลยูนนาน เพื่อนำไปสู่ช่องทางและโอกาสในการประกอบธุรกิจภาคบริการของนักธุรกิจไทยในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการของการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ในจีน ทั้งก่อนและหลังการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ของไทย ในมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน
- 3) เพื่อศึกษาถึง โอกาส และอุปสรรค ตลอดจนช่องทางและโอกาสในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรมของไทย ในมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน

1.3 ระเบียบวิธีวิจัย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) โดยวิธีการพรรณนา (Description) และการวิเคราะห์ (Analysis) ซึ่งผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลเอกสารจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งไทยและจีน ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน : กรณีศึกษามณฑลยูนนาน โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากเป็นเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) ดังนั้นการรวบรวมข้อมูลจึงเป็น แบบทุติยภูมิ (Secondary data) รวบรวมข้อมูลโดยการค้นคว้าจาก หนังสือ ตำราเอกสารทางวิชาการต่างๆ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความจากวารสาร นิตยสาร และรายงานข่าวต่างๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

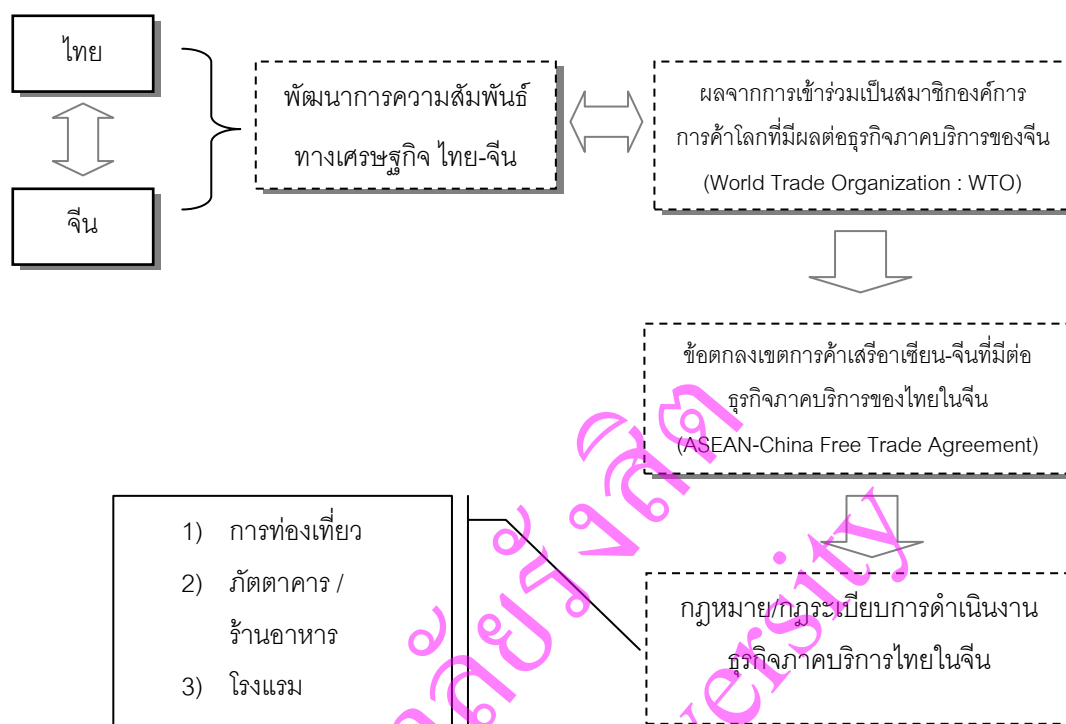
การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงเป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยนำเสนอข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ที่ได้ จากข้อมูลการวิจัยเอกสาร (Documentary research) มาจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็น ให้มีความเชื่อมโยง และมีความเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษามุ่งเน้นทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ของจีน โดยทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลก่อนและหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) และเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ของธุรกิจ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ของไทย ในการเข้าสู่ตลาดจีน โดยเน้นศึกษาเฉพาะพื้นที่ นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพัฒนาการนโยบายการค้าในธุรกิจภาคบริการของไยในจีน และ กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจสำคัญ ได้แก่ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของจีน ที่มีต่อธุรกิจภาคบริการในจีน ตลอดจนศึกษาถึงปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาด และความเป็นไปได้ของภาคธุรกิจบริการของไทยในจีน ตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1) ธุรกิจภาคบริการ หมายถึง ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- 2) ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร และธุรกิจโรงแรม
- 3) จุดแข็ง หมายถึง ลักษณะเด่น ข้อได้เปรียบ เอกลักษณ์ ของธุรกิจบริการของไทย
- 4) จุดอ่อน หมายถึง ข้อด้อย ข้อเสียเปรียบ สิ่งที่ต้องแก้ไข ปรับปรุง
- 5) โอกาส หมายถึง โอกาสที่ธุรกิจบริการ ด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ของไทย จะสามารถขยายเข้าสู่ตลาดประเทศจีนได้
- 6) อุปสรรค หมายถึง ข้อจำกัดในด้านต่างๆ ที่เป็นข้อจำกัดของธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ในการขยายธุรกิจตลาดประเทศจีน

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ทราบข้อผูกพันหลังจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ของธุรกิจบริการ ด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม

2) เข้าใจ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องของธุรกิจบริการ ด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ในการขยายสู่ตลาดจีน

3) สามารถสรุป และวิเคราะห์เปรียบเทียบ ให้เห็นถึงโอกาสทางการตลาดของธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ในการขยายสู่ตลาดจีน

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎี และแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง นโยบายและการดำเนินงานธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องของไทยในจีน หลังจากเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก : กรณีศึกษา นครคุนหมิง โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยแนวคิด 2 แนวคิด คือ แนวคิดโลกาภิวัตน์ (Globalization) และ แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1 แนวคิดโลกาภิวัตน์ (Globalization)

หลังจากสงครามเย็นสิ้นสุดในปี ค.ศ. 1991 ทำให้บทบาททางด้านเศรษฐกิจการค้ามาแทนบทบาทความสำคัญทางด้านยุทธศาสตร์ โดยสังคมที่ไร้พรมแดนเริ่มมีภาพลักษณ์เด่นชัดยิ่งขึ้น เมื่อมีการปฏิวัติทางการสื่อสารและการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีผลทำให้ความสำคัญของเขตกันพรมแดนลดลง และมีมิติของความสัมพันธ์เกี่ยวกับพรมแดนเปลี่ยนไป พร้อมทั้งกระตุ้นและผลักดันให้สังคมชุมชนระหว่างประเทศกลายเป็นสังคมโลกาภิวัตน์ (Globalization) มากขึ้น โดยเฉพาะตัวเร่งที่สำคัญคือ บทบาทของบริษัทข้ามชาติ (Multination Corporations) ที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายทางด้านเงินทุน การประกอบการ แรงงานปัจจัยการผลิต (พงษ์ศานต์ พันธูลภ, 2546 : 38 - 39)

ซึ่งมีผู้เสนอความหมายของคำว่า “โลกาภิวัตน์” อย่างเช่น ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2539) (อ้างถึงใน จุลชีพ ชินวรรณ, 2542 : 23) ได้แปลว่า “โลกาภิวัตน์” หรือ “โลกาภิวัตน์” หมายถึง การหมุนตามโลก หรือพฤติกรรมตามโลก และอธิบายต่อว่า โลกาภิวัตน์ เป็นกระบวนการที่ทำให้โลกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันโดยทำให้ “เวลา” และ “พื้นที่” ซึ่งเคยอยู่ห่างกันกลับมามีความใกล้ชิดกัน

Allan Cochrane และ Kathy Pain (2000)(อ้างถึงใน เอก ตั้งทรัพย์วัฒนา 2548 : 18 - 19) โดยมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้ 1) การขยายตัวของความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระดับโลก 2) การเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญในรูปแบบของพื้นที่ของความสัมพันธ์ทางสังคม โดยปฏิสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการในระดับโลกและท้องถิ่นมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น 3) การจัดแจงอำนาจและการใช้อำนาจในระดับโลก 4) กระบวนการที่มีมิติอันหลากหลายซึ่งถูกประยุกต์ไปถึงความสัมพันธ์ทางสังคม (ด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง) และมีผลกระทบไปในทุกแง่มุมของชีวิต รวมไปถึงความยั่งยืนของสภาพแวดล้อม 5) จะมีทั้งแง่ลบและแง่บวก ซึ่งอาจจะให้คุณหรือโทษต่อสังคม

ทรวงศ์ดีสายเชื้อ (2540) (อ้างถึงในเปรมประชา ดีเมลโล, 2550 : 21) กล่าวว่าโลกาภิวัตน์หมายถึง การสร้างให้เป็นเครือข่ายระดับโลก โลกาภิวัตน์นั้นโดยพื้นฐานเป็นปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึงปรากฏการณ์สร้างเครือข่ายระดับโลกใน 5 ด้าน ได้แก่

- 1) การลงทุนและฐานการผลิต
- 2) ตลาด
- 3) ระบบการเงิน
- 4) การแข่งขัน
- 5) กลยุทธ์ของบริษัทธุรกิจ

นอกจากนี้ เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ (2555 : 5) ได้สรุปความของ “โลกาภิวัตน์” เป็นการหลอมรวมโลกหรือเชื่อมโยงโลก ทำให้โลกเป็นใบเดียวหรือระบบเดียวกัน ซึ่งการหลอมรวมหรือเชื่อมโยงมีขนาดและความเร็วในอัตราเร็วกว่าที่เคยเป็นมาในสมัยก่อนมาก ส่วนทางด้านกระบวนการหลอมรวมหรือเชื่อมโยงนั้น โลกาภิวัตน์เป็นกระบวนการที่โลก ระบบเศรษฐกิจและสังคมเป็นรูปแบบเดียวกัน บูรณาการและพึ่งพิงกัน ปัจจัยที่ทำให้โลกเล็กลง คือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสาร และการขนส่ง การรวมพลังทางภูมิศาสตร์การเมืองและเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน ผลที่เกิดขึ้นคือระบบสังคมและการเมืองที่เคยเป็นระบบปิด ได้เปิดออกและมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น

แนวคิดนี้ผู้วิจัยได้นำมาใช้ศึกษาพัฒนาการก่อนการเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ของจีน อันจะส่งผลต่อธุรกิจภาคบริการด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรมของไทยในจีน

2.1.2 แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis

แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นแนวคิดที่ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายนอกองค์กร เพื่อช่วยในการสำรวจความพร้อมขององค์กรในการเริ่มธุรกิจและศึกษาแนวโน้มความเป็นไปได้ของตลาด โดยมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis ดังต่อไปนี้

Kotler (The Political Risk Service Group. http://www.prsgroup.com/prsgroup/shopping_cart/pc-71-7country-reports.aspx.2006) กล่าวถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใน SWOT Analysis คือการวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค(Threat) โดยแบ่งการวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายนอก (โอกาสและอุปสรรค) และการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน)

ชนินทร์ ชุมพันธ์รักษ์ (2545 : 63) ได้ให้ความหมายของ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคไว้ว่า (1) จุดแข็ง หมายถึง ลักษณะเด่นของการดำเนินงานตามหน้าที่ทางธุรกิจต่างๆ ภายในองค์กร ตั้งแต่ด้านการผลิต การตลาด การเงินและบัญชี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ลักษณะเช่นนี้เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จขององค์กร (2) จุดอ่อน หมายถึง การดำเนินงานที่องค์กรไม่สามารถทำได้ดีในอุปสรรคต่อความสำเร็จขององค์กร โดยองค์กรต้องหาทางแก้ไขจุดอ่อนที่เกิดขึ้นภายในองค์กร (3) โอกาส หมายถึง ช่องทางที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร และ (4) อุปสรรค หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่ก่อให้เกิดปัญหา หรืออุปสรรคต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

ธนชัย ยมจินดา (2547 : 42 - 43) กล่าวว่า การวิเคราะห์ SWOT เป็นการตรวจสอบและติดตามสภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อนำมาวิเคราะห์และระบุปัจจัยต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ซึ่งในการวิเคราะห์จึงควรมีการวิเคราะห์และระบุปัจจัยต่างๆ ที่ชัดเจน ดังต่อไปนี้

- 1) ปัจจัยโอกาส (Opportunities) คือ ปัจจัยของสภาวะแวดล้อมที่เป็นอยู่หรือที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต ซึ่งจะเป็นเงื่อนไขของสภาวะแวดล้อมเชิงบวกต่อผลการประกอบธุรกิจ
- 2) ปัจจัยด้านอุปสรรคหรือการคุกคาม (Threats) คือ ปัจจัยของสภาวะแวดล้อมที่เป็นอยู่หรือที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต
- 3) ปัจจัยจุดแข็งและความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Strengths) คือ ปัจจัยของสภาวะแวดล้อมภายในของธุรกิจที่มีความสามารถเหนือกว่าของคุณคู่แข่งอย่างเห็นได้ชัด และเป็นความสามารถที่คุณคู่แข่งไม่สามารถเปรียบเทียบได้ในระยะเวลาสั้นๆ
- 4) ปัจจัยจุดอ่อนและการใช้ความสามารถในการแข่งขัน (Weakness) คือ ปัจจัยภายในธุรกิจที่มีความสามารถต่ำกว่าคู่แข่งอย่างเห็นได้ชัด และเป็นความเสียเปรียบที่ธุรกิจต้องเร่งรัดในการแก้ไขโดยเร็ว เพื่อไม่ให้เกิดความเสียเปรียบในการแข่งขัน

อย่างไรก็ตาม นันทิยา หุตานุวัตรและณรงค์ หุตานุวัตร (2543 : 7) ได้กล่าวถึงข้อระวังในการวิเคราะห์ SWOT Analysis คือ

- 1) การระบุจุดด้อยต้องกระทำอย่างซื่อสัตย์ และบางครั้งจุดด้อยเฉพาะอย่างหนึ่งของเฉพาะองค์กร
- 2) แนวโน้มขยายจุดเด่นที่เกินความเป็นจริง
- 3) ความใกล้ชิดกับสถานการณ์ทำให้มองสถานการณ์ขององค์กรไม่ชัดเจน
- 4) การมีข้อมูลที่ไม่เพียงพอ และข้อมูลสิ่งแวดล้อมภายนอกมีความเปลี่ยนแปลงรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมภายนอกอาจเป็นโอกาสหรืออุปสรรคได้

ซึ่งแนวคิดนี้ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจภาคบริการของไทย โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรมของในประเทศจีน กรณีศึกษา นครคุนหมิง

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง นโยบายและการดำเนินงานธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน : กรณีศึกษานครคุนหมิง ผู้ศึกษาวิจัยได้สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ดังต่อไปนี้

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงต่างประเทศ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง เส้นทางอนาคตความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย-จีน โดยกล่าวถึง 3 ประเด็นหลัก คือ 1) บทบาทของจีนในเวทีเศรษฐกิจระหว่างประเทศ การเข้าสู่การเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของจีน สิทธิการของผูกพันของจีนโดยภาพรวม รวมถึงสิ่งที่จีนต้องปรับตัวตามกฎหมาย และข้อผูกพัน WTO 2) ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย-จีนทั้งในด้านการค้าและการลงทุน 3) โอกาสและผลกระทบต่อไทยในการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน จากการศึกษา พบว่า การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน มีผลกระทบต่อจีนอย่างมาก เพราะจีนต้องปรับเปลี่ยนทิศทางการบริหารงานด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งต้องดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับหลักการของ WTO ซึ่งนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งเศรษฐกิจและการเมือง ทำให้จีนกลายเป็นตลาดสำคัญที่นานาประเทศได้หันมาให้ความสนใจ และต้องการขยายตลาดสู่จีน ในส่วนความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย-จีนทั้งด้านการค้าและการลงทุนได้พัฒนาไปมาก นับตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันจีนได้พยายามพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจและตลาดของภูมิภาคเอเชีย ซึ่งเป็นผลดีต่อไทยในการที่จะแสวงหาโอกาสและแนวทางขยายการค้าและการลงทุนในจีน ซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่มากและมีศักยภาพสูง โดยมีความสัมพันธ์อันดีอย่างต่อเนื่องที่เอื้อต่อการค้าและการลงทุน ทำให้ไทยและจีนสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจระหว่างกันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ในงานการศึกษาครั้งนี้ยังชี้ให้เห็นข้อได้เปรียบบางด้านของไทยที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-จีน อันได้แก่ 1) ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ซึ่งไทยมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน 2) ความสัมพันธ์ด้านเชื้อชาติ สังคมและวัฒนธรรม ที่เอื้อต่อการขยายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจต่อไป และ 3) การขยายตัวด้านการท่องเที่ยว ในปัจจุบันมีการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างคนไทยและคนจีนเพิ่มมากขึ้น นับเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาความสัมพันธ์ด้านการค้าและการลงทุนของภาคเอกชนไทยและจีนต่อไป

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2550) ได้นำเสนอ “คู่มือการทำธุรกิจร้านอาหารไทยในจีน” โดยทำการศึกษาและสรุปข้อมูลพื้นฐานของ 4 พื้นที่ คือ กรุงปักกิ่ง นครเซี่ยงไฮ้ นครกว่างโจว และนครคุนหมิง โดยทำการสรุปพื้นที่ตั้ง ภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ประชากร สกุลเงินที่ใช้ เทศกาลที่สำคัญ และเทศกาลวันหยุดประจำชาติไว้ จากวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าเสนอทำให้อาหารไทย ข้อมูลธุรกิจอาหารไทยในจีน นโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก ในคู่มือยังได้เสนอถึงการวิเคราะห์ SWOT ร้านอาหารไทย กรอบระเบียบข้อบังคับและขั้นตอนทางกฎหมายต่างๆ อาทิเช่น กฎหมายแรงงานของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน กฎระเบียบและ

ขั้นตอนว่าด้วยการลงทุนร้านอาหารไทยในจีนกฎระเบียบและขั้นตอนทั่วไปในการนำเข้าแรงงานพ่อครัว/แม่ครัว และพนักงาน ที่ต้องขอใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหารต้องยื่นขออนุญาตให้แก่แรงงานไทย ซึ่งนอกจากนี้แล้วต้องเป็นไปตามกฎระเบียบและขั้นตอนในการนำเข้าแรงงาน พ่อครัว/แม่ครัว สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ อย่างไรก็ตามในคู่มือยังได้กล่าวถึง ข้อควรคำนึงถึงในการไปเปิดร้านอาหารไทยในจีน ที่ต้องทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลพื้นฐานต่างๆอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะกฎระเบียบ วัฒนธรรม ข้อแนะนำ และข้อพึงระวังในการลงทุน ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่นปัญหาการว่างงาน ปัญหาหนี้เสียธนาคาร และการปรับปรุงระบบประกันสังคม เป็นต้น อีกทั้งยังได้เสนอแนะสิ่งที่นักลงทุนไทยควรศึกษาซึ่งปัญหา 4W/1H อย่างถ่องแท้ก็สามารถประสบความสำเร็จได้ ซึ่ง 4W/1H ได้แก่ What (อะไร): ควรจะเข้าไปลงทุนในภาคอุตสาหกรรมหรือธุรกิจอะไร จึงจะเหมาะกับตนเอง และสอดคล้องกับตลาดในประเทศจีน Where (ที่ไหน): ควรจะไปลงทุนในพื้นที่ใดจึงจะเหมาะกับตนเองและสอดคล้องกับตลาดในประเทศจีน When (เมื่อไร): ควรจะลงทุนเมื่อไรจึงจะเหมาะสมจึงจะเหมาะกับตนเอง และสอดคล้องกับ ตลาดในประเทศจีน Whom (ใคร) : ลงทุนกับใครจึงจะเหมาะกับตนเองและสอดคล้องกับตลาดในประเทศจีน How(อย่างไร): ลงทุนอย่างไรจึงจะเหมาะกับตนเองและสอดคล้องกับตลาดในประเทศจีน

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอในคู่มือนี้ สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการจะศึกษาวิจัยเป็นอย่างยิ่ง ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยสามารถเห็นทิศทางในการนำพาธุรกิจเข้าสู่ตลาดจีน อีกทั้งยังสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ ในลำดับถัดไปได้ ซึ่งงานที่น่าจะต้องทำการศึกษาต่อไปนั้นคือพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทย ซึ่งควรที่จะแยกศึกษาเป็นรายมณฑลต่อไป

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2553) ได้ศึกษาเรื่อง เขตการค้าเสรี อาเซียน - จีน : ธุรกิจนำเที่ยว กล่าวในรายงานว่า ในช่วงเวลา 15 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศเพิ่มขึ้นถึง 10.8 เท่าตัว โดยเฉพาะในช่วง 5 ปีหลังมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศอยู่ในอัตราร้อยละ 22.7 สาเหตุหลักที่สำคัญคือรายได้ของชาวจีนมีเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงของค่านิยมจากการที่ชาวจีนมีฐานะร่ำรวยมากขึ้น ปัจจัยด้านระบบสวัสดิการการท่องเที่ยว ปัจจัยเรื่องความสะดวกสบายในการได้รับบริการ และเสรีภาพของชาวจีนในการเดินทางท่องเที่ยวที่มากขึ้น

ปัจจัยด้านความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านรูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนประเทศที่ชาวจีนนิยมท่องเที่ยวมากได้แก่ ฮองกง มาเก๊า ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย และตั้งแต่ปี 2550 ชาวจีนนิยมเที่ยวในประเทศเวียดนามและฟิลิปปินส์มากขึ้น โดยทั้งนี้อาจมีผลมาจากการประชาสัมพันธ์ของบริษัทท่องเที่ยวต่างๆ อำนาจการต่อรองกับซัพพลายเออร์ของบริษัทท่องเที่ยว และความร่วมมือร่วมทุนในกิจการท่องเที่ยว นอกจากนี้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดเงินของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 1) กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level) คือ กลยุทธ์การเจริญเติบโตที่มุ่งเน้นความเชี่ยวชาญ 2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level) คือกลยุทธ์ด้านต้นทุน (Cost Leadership) สร้างอำนาจต่อรอง ลดต้นทุน คุ้มค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุน และกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation) สร้างธุรกิจที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองให้แตกต่างจากคู่แข่ง และ 3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level) อันได้แก่ ด้านการตลาด (Marketing) เข้าใจลูกค้า จัดรายการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการ มีการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ และรวมถึงการสร้าง ความแตกต่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) พัฒนาอบรมพนักงาน สร้างเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ อบรมพนักงานด้านภาษาต่างประเทศหรือภาษาจีน การเพิ่มความรู้และศักยภาพของไกด์ให้มากยิ่งขึ้น ด้านการจัดการทั่วไป (General Management) เน้นประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ดำเนินการอย่างสุขุมรอบคอบ รวดเร็ว แม่นยำ ถูกต้อง เป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญในการจัดการ นอกเหนือสิ่งนี้สิ่งที่หน่วยงานของไทยทั้งภาครัฐและเอกชน ควรให้ความสำคัญคือการรักษาเสถียรภาพทางการเมือง แก้ไขปัญหาทวิภาคีราคา การประชาสัมพันธ์ในจีน การเพิ่มเติมภาษาจีนในสื่อต่างๆ ศึกษาพฤติกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของจีน รวมทั้งการสร้างเครือข่ายทั้งในประเทศและประเทศในกลุ่มอาเซียน เป็นต้น

ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา สถาบันปัญญาภิวัฒน์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง โอกาสและสู่ทางการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจอาหารแปรรูปและการท่องเที่ยว ในมณฑลยูนนาน ประเทศจีน กล่าวว่า สำหรับประเทศไทย ธุรกิจสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับประเทศมาโดยตลอด คือธุรกิจอาหารแปรรูป และธุรกิจการท่องเที่ยว แต่ผู้ประกอบการไทยยังไม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจอาหารแปรรูปและธุรกิจการท่องเที่ยว ในมณฑลยูนนานได้เต็มที่ ในรายงานยังกล่าวถึงขนาดตลาดอาหารในเขตเมืองของมณฑลยูนนาน ว่ามีมูลค่าทั้งหมด 74 พันล้านหยวน ตลาดขนมขบเคี้ยว (Snack) มีมูลค่าโดยประมาณ 3.2 พันล้านหยวน และตลาดเครื่องปรุงอาหาร (Sauce) มีมูลค่าประมาณ 0.6 พันล้านหยวน ส่วนขนาดตลาดอาหารสำหรับประชากรจีนในเขตชนบทมีมูลค่าทั้งหมด 48 พันล้านหยวน ตลาดขนมขบเคี้ยว (Snack) มีมูลค่าโดยประมาณ 3 พันล้านหยวน และตลาดเครื่องปรุง

อาหาร (Sauce) มีมูลค่าประมาณ 0.6 พันล้านหยวน ค่าใช้จ่ายด้านอาหารของประชากรในเขตเมืองของมณฑลยูนนาน(Urban) จะเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี ค่าใช้จ่ายด้านอาหารของประชากรในเขตชนบทของมณฑลยูนนาน (Rural) เพิ่มขึ้นในอัตราส่วนเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี สำหรับตลาดขนมขบเคี้ยว (Snack) และตลาดเครื่องปรุงอาหาร (Sauce) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 10 ต่อปี สำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของไทยในตลาดโลกประกอบด้วย กลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง คือ สับประรดกระป๋อง น้ำสับประรด ไก่แปรรูป ข้าว อาหารทะเลกระป๋อง และแช่แข็ง กุ้งแปรรูป เนื่องจากไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 ของโลก และยังมีกลุ่มที่ไทยเป็นผู้ส่งออกลำดับรองๆ ได้แก่ ซอสพริก แกงหลายประเภท ถั่วเหลือง มะเขือเทศ ปลาและหอยนางรม ส่วนอาหารแปรรูปของไทยที่มีวางจำหน่ายในมณฑลยูนนานแบ่งย่อยได้ 3 ประเภท คือ 1) เครื่องปรุงอาหารประกอบด้วย เครื่องแกง ผลปรุงรสและเครื่องปรุงรส 2) ขนมขบเคี้ยว ได้แก่ ขนมขบเคี้ยวที่ทำจากอาหารทะเล ประเภทผลไม้และถั่วแปรรูป ขนมปังกรอบ ของหวานและลูกอม และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป 3) ผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้และเครื่องดื่มกาแฟ คู่แข่งคนสำคัญของอาหารแปรรูปไทยคืออาหารแปรรูปจากประเทศในเขตพื้นที่ในแถบอาเซียนและเอเชียตะวันออก เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้ว อาหารแปรรูปของไทยมีข้อได้เปรียบ ในเรื่องเอกลักษณ์เฉพาะของรสชาติ มาตรฐานด้านคุณภาพและต้นทุนที่ค่อนข้างต่ำ ประชากรมณฑลยูนนานซื้ออาหารของไทยมาที่สุดในร้านขายของเฉพาะอย่าง รองลงมาคือร้านขายของชำ และมีส่วนน้อยที่ซื้อในซูเปอร์มาร์เก็ต ทางด้านเหตุผลที่ซื้ออาหารไทย ก็เพราะรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ราคาสมเหตุผล ตลอดจนผู้บริโภคในมณฑลยูนนานมีรสนิยมที่ชอบซื้ออาหารนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อมอบเป็นของขวัญแก่ผู้อื่น ผู้บริโภคในมณฑลยูนนานมีความรู้สึกระดับปานกลางต่อความปลอดภัยและคุณภาพอาหารไทย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของไทยที่สำคัญที่สุดคือคุณภาพ รองลงมาคือความปลอดภัย ราคา รสชาติ และความสะอาด ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ที่เคยมาเที่ยวในประเทศไทยมีความรู้สึกที่ดีต่ออาหารไทยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยมา จากงานวิจัยในฉบับนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารไทย ตลาดของผู้บริโภคในมณฑลยูนนาน ที่แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือตลาดมวลชน(Mass Market) ตลาดระดับบน(Premium Market) และตลาดภาคธุรกิจ(Business Market) วิธีการเข้าสู่ตลาดมณฑลยูนนานทำได้โดยวิธีการส่งออก(Export) การให้ลิขสิทธิ์(Copyright) การให้สัมปทาน(Concession) การรับจ้างผลิต(OEM) การตั้งสำนักงานสาขาในมณฑลยูนนาน การร่วมทุนกับบริษัทในจีน (Joint Venture) การซื้อและควบรวมกิจการกับบริษัทจีน (Merger and Acquisition) และการลงทุนตั้งบริษัทใหม่ (Greenfield and Wholly Owned Subsidiary) สำหรับช่องทางกระจายสินค้าในมณฑลยูนนาน ของผู้ประกอบการอาหารแปรรูปไทยสามารถจัดจำหน่ายได้ 3

ช่องทางได้แก่ (1)ร้านหรือตลาดขายของเฉพาะทาง เช่น ศูนย์การค้านานาชาติหยุนผิง และ ศูนย์การค้าโหลสุวรรณ(หัวเขี้ยว) ที่นครคุนหมิง หรือศูนย์การค้าซีชวงบันนา Xishuangbanna Nationality Tourism Store และตลาดค้าขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ที่แคว้นสิบสองปันนา (2) ชุปเปอร์มาร์เก็ต เช่น คาร์ฟูร์ วอลมาร์ท (3) ร้านค้าออนไลน์ ที่มีกว่า 100 แห่งในมณฑลยูนนานที่ขายอาหารแปรรูปของไทย สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปของไทยต้องศึกษา นั่นคือ กฎระเบียบต่างๆ ที่มีมากมาย อาทิเช่น 1) ระเบียบข้อบังคับของการขึ้นทะเบียนผู้ผลิตอาหารนอกประเทศจีน ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 2) ระเบียบข้อบังคับด้านฉลากอาหารสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในบรรจุภัณฑ์ที่จะขายให้กับผู้บริโภคในประเทศจีนต้องผ่านการตรวจสอบและต้องมีฉลากที่เป็นภาษาจีนกำกับ และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 20 เมษายน พ.ศ. 2555 3) ระเบียบข้อบังคับด้านเอกสารรับรองผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรนำเข้า ภายใต้กฎหมายด้านความปลอดภัยด้านอาหารของประเทศจีน ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2552 4) ระเบียบข้อบังคับด้านภาษี ซึ่งประกอบด้วยภาษีศุลกากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีผู้บริโภคและภาษีนำเข้าสำหรับผู้โดยสารข้ามแดน นอกจากนี้ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปไทยที่ส่งออกไปยังประเทศจีน ยังต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด 1) ด้านระเบียบข้อบังคับทางการขนส่ง 2) ระเบียบข้อบังคับของสำนักงานตรวจสอบและการกักกัน (China Inspection and Quarantine) CIQ การเข้าออกตามด้านต่างๆ ของประเทศจีน และ 3) ระเบียบข้อบังคับด้านการค้าและการลงทุนในประเทศจีน สำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนในประเทศจีน จากผลการวิจัยฉบับนี้ ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปไทย ที่ต้องการขยายตลาดสู่ประเทศจีน จำเป็นต้องศึกษา ทำความเข้าใจ และเตรียมความพร้อม และสร้างเครือข่ายการลงทุน อย่างรอบคอบ ระมัดระวัง ป้องกันและกำจัดอุปสรรคต่างๆ ในการเจาะตลาดในมณฑลยูนนาน

อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง จีน หนึ่งประเทศ หลายมณฑล หลากกฎเกณฑ์ กล่าวว่า ประเทศจีนมีฐานเศรษฐกิจขนาดใหญ่และมีบทบาทด้านการค้าระหว่างประเทศมาก ประชากรมาก มีระดับรายได้และระสนิยมที่แตกต่างกันมากในแต่ละมณฑล เนื่องจากมีพื้นที่ขนาดใหญ่ทำให้มีข้อจำกัดในด้านช่องทางการกระจายสินค้า และการปกครองของจีนมีการกระจายอำนาจจากส่วนกลางสู่ท้องถิ่น ส่งผลให้รัฐบาลท้องถิ่นมีอำนาจในการบริหารค่อนข้างมาก และมีปัญหาเรื่องการค้ากีดกันทางการค้า ดังนั้น การทำธุรกิจกับจีนควรศึกษาเป็นรายมณฑลและไม่สามารถมองจีนเป็นตลาดเดียวได้ ส่วนทางด้านการค้าระหว่างไทยกับมณฑลยูนนานนั้น แม้ว่ามณฑลยูนนานจะติดกับประเทศไทยมากที่สุด และรัฐบาลจีนวางตำแหน่งให้มณฑลยูนนานเป็นประตู

เชื่อมประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน แต่เมื่อพิจารณาการนำเข้าสินค้าจากไทยยังไม่มากนัก ในรายงานการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคในด้านการค้ากับมณฑลของจีนในหลายด้าน คือ 1) โครงสร้างของตลาด เช่น การเป็นชาตินิยม ถิ่นนิยม จุดอ่อนด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ 2) ช่องทางการจำหน่ายสินค้า 3) อุปสรรคด้านการนำเข้าสินค้า 4) กฎระเบียบที่มีมากมายหลายขั้นตอน 5) คู่แข่งขันในตลาด 6) ปัญหาที่ตัวสินค้า 7) ปัญหาของผู้ประกอบการไทยที่ไม่ระมัดระวังในการติดต่อค้าขายและลงทุนกับจีน ในการศึกษาครั้งนี้ ได้เสนอทางบันได 7 ขั้น เพื่อให้ไทยสามารถทำการค้ากับจีนได้ คือ “Follow up and Get it done” ทบทวนความร่วมมือระหว่างไทย-จีน ที่มีอยู่ ทำอะไร เมื่อไร อย่างไร “Act Together Get Together” จัดให้มีหน่วยงานของไทยในจีนและให้มีหน่วยงานที่ดูแลเรื่องจีนโดยเฉพาะ “Know Yourself before Flying with the Dragon” ประเมินตัวเองว่าอะไรคือจุดอ่อน จุดแข็ง รู้จักตัวเองว่า ไทยมีอะไรดีในสายตาจีน “Share for our Future” แลกเปลี่ยนข้อมูลแบบสองทาง (Two-Ways) ทั้งภาครัฐและเอกชนของไทย ให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับจีน “Rise with the Dragon” เติบโตไปกับมังกรจีนด้านการค้าการลงทุน “Dance with the Dragon” จัดทำข้อตกลงด้านการค้าและการลงทุนกับรัฐบาลมณฑลจีน เชื่อมโยงความพร้อมและขยายความร่วมมือ “Sourcing and Linking to the Global Market” ไม่เพียงแต่ส่งออกสินค้าไทยไปจีน หากแต่นำสินค้าเข้าจากมณฑลของจีน เพื่อปรับปรุงเพิ่มมูลค่า และส่งออกไปขายในตลาดโลก

อักษรศรีพานิชสาส์น (2549) ได้ศึกษาเรื่อง การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-มณฑลตะวันตกเฉียงใต้ของจีน : ความเป็นไปได้โอกาสและอุปสรรค ได้กล่าวไว้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจีนขยายตัว และกลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญของจีน โดยสัดส่วน 2 ใน 3 ของรายได้ มาจากการท่องเที่ยวของชาวจีนที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ การเปิดเสรีอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตามข้อผูกพันใน WTO จีนจะต้องเปิดกว้างให้ผู้ร่วมลงทุนต่างประเทศเข้าลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สำหรับมณฑลยูนนานนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามมากมาย และติดอันดับมรดกโลก มี 2 แห่งคือ 1) เมืองโบราณลี่เจียง และ 2) ดินแดนแม่น้ำสามสาย ซึ่งมีพื้นที่ครอบคลุมแม่น้ำ 3 สายสำคัญ คือ แม่น้ำหลานชาง (แม่น้ำโขง) แม่น้ำนู่ (สาละวิน และแม่น้ำจินซา (ฉางเจียง) ในมณฑลยูนนานนั้นมีโรงแรมระดับห้าดาวมากที่สุดในมณฑลภาคตะวันตก ในด้านความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทย-มณฑลของจีนนั้น มณฑลยูนนานมีบทบาทมากและตื่นตัวในการร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับไทยมากที่สุด ในกรอบความร่วมมือในระดับภูมิภาค กลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub region : GMS) และกรอบคณะทำงานไทย-ยูนนาน รัฐบาลท้องถิ่นมณฑลยูนนานมีบทบาทค่อนข้างสูง ในการร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับไทยและประเทศเพื่อนบ้าน การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม

การท่องเที่ยวระหว่างไทย-มณฑลตะวันตกเฉียงใต้ของจีน มีความเป็นไปได้หลายรูปแบบ กล่าวโดยสรุปคือ (1) การเชื่อมโยงระดับเอกชน ที่ประเทศไทยมีประสบการณ์ในธุรกิจท่องเที่ยวมายาวนาน ทั้งด้านการบริหารจัดการ การให้บริการและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว อาทิเช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจการศึกษาอบรมเพื่อการท่องเที่ยวและโรงแรม ด้วยศักยภาพของตลาดด้านการท่องเที่ยวในมณฑลตะวันตกเฉียงใต้ที่กำลังขยายตัว จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของภาคเอกชนไทยที่จะเข้าไปลงทุน รวมถึงอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องอย่างธุรกิจร้านอาหาร (2) การเชื่อมโยงระดับรัฐบาล เช่นการกำหนดนโยบายร่วมกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การร่วมกันกำหนดมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและการรับรองคุณภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เส้นทางคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเส้นทางแม่น้ำโขง เส้นทางถนนเชื้อไทย-จีน การอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกัน การใช้บัตรผ่านแดนสำหรับนักท่องเที่ยว (Entry-Exit pass/border pass) ร่วมมือในการทำการตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ การวิจัยพัฒนาสินค้าด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ การร่วมกันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และการร่วมมือ ประสานงานกันเพื่อแก้ไขปัญหาของนักท่องเที่ยวระหว่างไทย-จีน เป็นต้น

อักษรศรี พานิชสาส์น (2549) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการศึกษาวิเคราะห์จุดเชื่อมโยงทางการค้าระหว่างไทย-จีนตอนใต้ บนเส้นทางและบริเวณ 2 ฝั่ง คุณมัน-กงลู่ ในแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือใต้” ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์สภาพการค้าและการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศไทย จีนตอนใต้ และลาว รวมถึงแนวโน้มการค้า การลงทุนระหว่างกันในอนาคต โดยเฉพาะหลังจากมีการเปิดใช้เส้นทางคุณมัน-กงลู่ การวิเคราะห์บทบาทในอนาคตของเส้นทางคุณมัน-กงลู่ ตลอดจนจุดเชื่อมโยงทางการค้าที่จำเป็น เพื่อการเสริมสร้างศักยภาพให้แก่ประเทศไทยในการเป็นประตูด่านแรกของกลุ่มประเทศอาเซียน ในการเชื่อมโยงทางการค้าและการลงทุนกับมณฑลจีนตอนใต้และจีนตอนใต้ และจากการศึกษาแนวโน้มของการค้าไทย-จีนตอนใต้(ยูนนาน) จะเห็นว่ามณฑลยูนนาน ยังเป็นตลาดที่เล็ก ทั้งในแง่เศรษฐกิจ ที่อยู่อันดับ 23 จาก 31 อันดับของจีน และมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีอยู่อันดับที่ 29 จาก 31 อันดับ แต่มณฑลยูนนานมีศักยภาพในด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ในแง่ของการเป็นประตูด่านแรกของการขนส่งผ่านเส้นทางคุณมัน-กงลู่

จากการศึกษารายงานฉบับนี้พบว่า กลุ่มอาหารผักและผลไม้ กลุ่มอาหารทะเล อาหารทะเลแปรรูป (แช่เย็น/แช่แข็ง) และทั้งผลิตภัณฑ์จากอาหารทะเล มีโอกาสและมีศักยภาพสูงใน

ตลาดของจีนตอนใต้ แต่ในรายงานไม่ได้ชี้ชัดว่ากลุ่มอาหารดังกล่าว ขายตรงสู่ผู้บริโภคโดยตรง หรือนำส่งเข้าสู่ร้านอาหารเพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบ/เครื่องปรุงในการประกอบอาหารจำหน่ายอีกต่อ หนึ่ง จึงเป็นเรื่องที่น่านศึกษาต่อไป

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 3

เศรษฐกิจมณฑลยูนนานและการค้าไทย-จีนตอนใต้

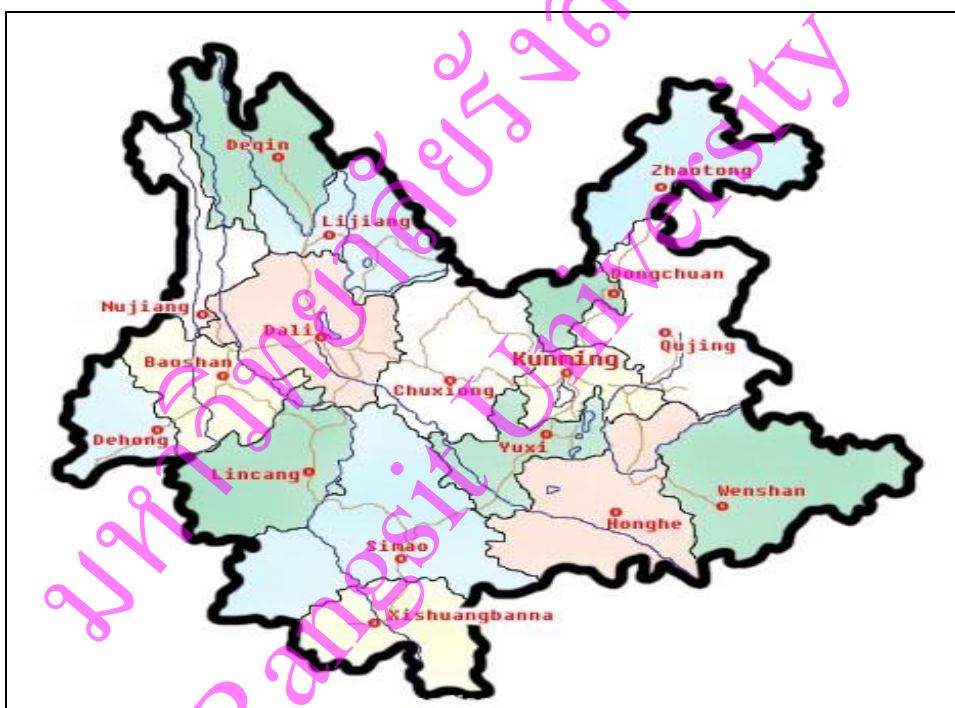
มณฑลยูนนานตั้งอยู่ในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศจีน หรือที่คนจีนเรียกสั้น ๆ ว่า “เตียน” (Dian) ซึ่งเป็นชื่อของทะเลสาบในนครคุนหมิง ตั้งอยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน



ภาพที่ 3.1 ภาพแผนที่แสดงอาณาเขตของประเทศจีน

ที่มา : <http://www.mapsofworld.com/china/china-political-map.html#>, 25 ธันวาคม 2556.

มณฑลยูนนานมีพื้นที่ทั้งหมด 394,000 ตารางกิโลเมตร (ใหญ่เป็นอันดับ 8 ของจีน) คิดเป็นร้อยละ 93 ของพื้นที่ทั้งหมดเป็นภูเขาและที่ราบสูง มีพื้นที่เพาะปลูกเพียงร้อยละ 7.3พื้นที่ของมณฑลยูนนานจากทิศตะวันออกไปยังทิศตะวันตกมีระยะทางทั้งหมด 864.9 กิโลเมตร และจากทิศเหนือไปยังทิศใต้มีระยะทางทั้งหมด 990 กิโลเมตร ภาคเหนือและภาคตะวันตกเฉียงเหนือ เป็นที่ราบสูงและลาดต่ำลงมาทางภาคใต้และตะวันออกเฉียงใต้ มีความแตกต่างในความสูงเหนือระดับน้ำทะเลมาก กล่าวคือ มีความสูงเหนือระดับน้ำทะเลสูงที่สุด 6,740 เมตร ที่อำเภอเต๋อซิ่น(Deqin) เขตตี้ซิ่ง(Diqing) และต่ำสุด 76.4 เมตร ที่อำเภอเหอโข่ว (Hekou) เขตหงเหอ (Honghe) ส่วนนครคุนหมิงมีความสูงเหนือระดับน้ำทะเลเฉลี่ย 1,891 เมตร



ภาพที่ 3.2 ภาพแผนที่การแบ่งเขตการปกครองมณฑลยูนนาน

ที่มา <http://www.thaibizchina.com/th/about-china/country/yunnan/index.php>,
25 ตุลาคม 2556.

แบ่งเขตการปกครองเป็น 16 เขต 1 นคร ได้แก่ นครคุนหมิง (Kunming) เป็นเมืองหลวงของมณฑล 7 เมือง ได้แก่ จ้าวทง (Zhaotong) ฉู่จิ่ง (Qujing) ยวี่ซี (Yuxi) ซื่อเหมา (Simao) เป่าซาน (Baoshan) ลี่เจียง (Lijiang) และหลินซาง (Lincang) 8 เขตปกครองตนเองของชนกลุ่มน้อย (Autonomous Prefecture) ได้แก่ เหวินซาน (Wenshan) (ชนชาติจ้วงและแม้ว) หงเหอ (Honghe) (ชน

ชาติฮานี่และอี๋ ลีบสองปันนา (Xishuangbanna) (ชนชาติไต) ชู่สง (Chuxiong) (ชนชาติอี๋) ต้าหลี่ (Dali) (ชนชาติไป๋และไต) เต๋อหง (Dehong) (ชนชาติไตและจิ่งพอ) นู๋เจียง (Nujiang) (ชนชาติลีซอ) และตี้ชิ่ง (Diqing) (ชนชาติทิเบต) ในอดีต ยูนนานได้ชื่อว่าเป็น “เส้นทางสายไหมตอนใต้” และปัจจุบัน มณฑลยูนนานนับเป็นมณฑลหลักสำคัญทาง ภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีนในการติดต่อกับประเทศใน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากข้อมูลการสำรวจสำมะโนครัวประชากรครั้งที่ 69 จัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน ค.ศ. 2010 มณฑลยูนนานมีจำนวนประชากรประมาณ 46 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.4 ของประชากรจีนทั่วประเทศ โดยมีประชากรอาศัยอยู่ในเมือง 16 ล้านคน ประชากรส่วนใหญ่ของ มณฑลเป็นชาวฮั่น แต่ก็มีชนกลุ่มน้อยอีก 25 ชนชาติ (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/country/yunnan/index.php>)

ข้อมูลพื้นฐานของมณฑลยูนนาน

ตารางที่ 3.1 ข้อมูลพื้นฐานของมณฑลยูนนาน

ตัวชี้วัด	ยูนนาน	เมื่อเทียบกับทั้งประเทศจีน (%)
พื้นที่ (1000 ตารางกิโลเมตร)	394	4.1
ประชากร (ล้านคน)	46	3.4
ประชากรในเมือง (ล้านคน)	16	2.4
GDP (พันล้านหยวน)	722	1.8
GDP เฉลี่ยต่อหัวประชากร (พันล้านหยวน)	15,752	52.9
รายได้เฉลี่ยต่อหัวประชากร (หยวน)	30,177	81.6
อุตสาหกรรมขั้นพื้นฐาน (พันล้านหยวน)	111	2.7
อุตสาหกรรมทฤษฎี (พันล้านหยวน)	322	1.7
อุตสาหกรรมบริการ (พันล้านหยวน)	289	1.7
รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรที่อยู่ในเมืองรายได้	16,065	84.1
รายได้สุทธิต่อหัวของประชากรที่อยู่ในชนบท (หยวน)	3,952	66.8
มูลค่าของธุรกิจค้าปลีก (พันล้านหยวน)	250	1.6
มูลค่าการนำเข้าส่งออก (พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา)	13	0.4
มูลค่าการส่งออก (พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา)	7.6	0.5
FDI (พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา) 1.3 1.3	1.3	1.3

ที่มา: Yunnan Statistics Yearbook, 2011.

การคมนาคม

เส้นทางทางบก

1) เส้นทางถนน

ยูannonมีเส้นทางหลวงระดับประเทศ 7 เส้นทาง และทางด่วนระหว่างมณฑล 4 ที่เชื่อมต่อกับมณฑลภายในของจีนกับเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 11 (ปี 2549 – 2553) ยูannonมีทางหลวงรวม 209,000 ก.ม. และทางด่วน 2,630 ก.ม. ภายใต้แผนฯ ฉบับที่ 12 (ปี 2554 – 2558) ระบุว่า ยูannonจะสร้างทางหลวงให้มีมากถึง 223,000 ก.ม. และทางด่วนเพิ่มเป็น 4,500 ก.ม. ณ ปี 2555 ยูannonมีทางด่วน 2,900 กม. มากเป็นอันดับ 4 ของภาคตะวันตกของจีน (รองจากมณฑลส่านซี เสฉวน และกว่างซี) และอันดับ 18 ของจีน

7 เส้นทางระหว่างมณฑล ได้แก่ ฉงชิ่ง – คุณหมิง (G85) ชัวเถา – คุณหมิง (G78) เชียงไฮ้ – คุณหมิง (G60) หางโจว – รุ่ยลี่ (G56) กว่างโจว – คุณหมิง (G80) ปักกิ่ง – คุณหมิง (G5) และคุณหมิง – ลาซา (ทิเบต) 4 เส้นทางระหว่างประเทศ ได้แก่ คุณหมิง – ป๋อห่าน (ผ่านเข้าลาวและไทย) คุณหมิง – รุ่ยลี่ (ผ่านเข้าพม่า) คุณหมิง – เหนอไซ่ว (ผ่านเข้าเวียดนาม) และคุณหมิง – เถิงชง (ผ่านเข้าพม่าบังคลาเทศและอินเดีย)

2) เส้นทางรถไฟ

ตามแผนการพัฒนาของรัฐบาลระยะเวลา 10 ปี (2554-2563) ยูannonจะสร้างเส้นทางรถไฟระหว่างมณฑลรวม 8 สายเพื่อเชื่อมโยงไปยังเชียงไฮ้ ทิเบต เสฉวน ฉงชิ่ง กว่างซี และเส้นทางรถไฟระหว่างประเทศ 4 สายที่เชื่อมโยงไปยังประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ เส้นทางรถไฟจีน-เวียดนาม จีน-ลาว จีน-เมียนมาร์ และจีน-เมียนมาร์-อินเดีย รวมประกอบขึ้นเป็นเส้นทางรถไฟ “8 สายเข้ายูannon 4 สายออกต่างประเทศ” กลายเป็นเครือข่ายเส้นทางรถไฟที่เปิดใช้งานยาวถึง 8,000 กิโลเมตร โดยช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับ 11 ยูannonมีเส้นทางรถไฟรวมระยะทางราว 2,500 กม. และภายใต้แผนพัฒนาฯ 12 จะเปิดบริการเส้นทางรถไฟ 5,000 กม. ซึ่งปี 2555 ยูannonมีโครงการก่อสร้างเส้นทางรถไฟรวม 1,500 กม.

การก่อสร้างเส้นทางรถไฟความเร็วสูงภายในยูannonจะก่อสร้างเป็นลักษณะวงแหวนหรือเป็นเครือข่ายที่จะเชื่อมต่อกับต่างมณฑล โดยในอนาคตจะสามารถเดินทางภายในมณฑลไม่

เกิน 3 ชม. คุณหมิง – กว่างโจว คุณหมิง – เซียงไฮ้ และคุณหมิง – ปักกิ่ง จะใช้เวลาเพียงแค่ 6 ชม. 9 ชม. และ 10 ชม. ตามลำดับ

รถไฟใต้ดิน ผู้รับผิดชอบโครงการคือ บริษัท Kunming Rail ซึ่งวางแผนสร้างเส้นทางรถไฟใต้ดิน 9 สาย ระยะทางยาว 304 ก.ม. ขณะนี้ได้ผ่านการอนุมัติจากรัฐบาลกลาง 6 สายในระยะแรก ความยาวรวม 162.6 ก.ม. โดยมี 4 สายที่ได้ลงมือก่อสร้างแล้วคือ เส้นทางหมายเลข 1, 2, 3, 6 ปัจจุบันรถไฟใต้ดินสาย 6 เส้นทางสู่สนามบินฉงชุยเสร็จแล้วบางส่วน และเปิดเดินรถครั้งแรกเมื่อวันที่ 28 มิ.ย. 2555 พร้อมการเปิดสนามบินใหม่ (สนามบินนานาชาติฉงชุย) ส่วนสาย 1 และสาย 2 บางส่วน คาดจะเปิดใช้งานในปี 2556 นี้

เส้นทางทางน้ำ

ปัจจุบันท่าเรือระหว่างประเทศที่สำคัญเชื่อมไทยกับยูนนาน ได้แก่ “ท่าเรือจิ่งหง” เป็นท่าเรือสำคัญแห่งหนึ่งบนเส้นทางเดินเรือนานาชาติแม่น้ำล้านช้าง-แม่น้ำโขง ตั้งอยู่ทางฝั่งเหนือของแม่น้ำล้านช้าง ในเขตปกครองตนเองชนชาติไตสิบสองปันนา ซึ่งประกอบด้วยท่าเรือย่อย 3 แห่ง ดังนี้

1) ท่าเรือเขตพื้นที่จิ่งหง อยู่ห่างจากจุดตัดระหว่างประเทศจีน-เมียนมาร์-ลาว ตามเส้นทางน้ำ 101 ก.ม. อยู่ห่างจากพื้นที่ 3 เหลี่ยมทองคำประมาณ 334.6 ก.ม. และอยู่ห่างจาก อ. เชียงของ จังหวัดเชียงราย ประมาณ 402.1 ก.ม. หากล่องเรือในแม่น้ำล้านช้างจากเมืองจิ่งหงไปตามเส้นทางทิศใต้ 30 ก.ม. ก็จะถึงพื้นที่เขตก่านหล่านป่า และล่องเรือไปอีก 23 ก.ม. ก็จะถึงพื้นที่เขตกวานเหล่ย์

2) ท่าเรือก่านหล่านป่า อยู่ห่างจากท่าเรือจิ่งหงประมาณ 27 ก.ม. เป็นท่าเรือที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อแบ่งเบาภาระของท่าเรือจิ่งหง

3) ท่าเรือกวานเหล่ย์ อยู่ห่างจากท่าเรือย่อยเขตพื้นที่จิ่งหงตามเส้นทางน้ำ 81 ก.ม. หรือเส้นทางบก 157 ก.ม. ท่าเรือกวานเหล่ย์เป็นด่านแรกของมณฑลยูนนาน เมื่อล่องเรือจากแม่น้ำโขงขึ้นไป เป็นจุดที่มีพรมแดนติดลาว และเมียนมาร์ ปัจจุบันเป็นท่าเรือหลักสำหรับการขนส่งสินค้าระหว่างไทย-จีนทางแม่น้ำโขง เนื่องจากท่าเรือจิ่งหงอยู่ในตัวเมืองไม่สะดวกต่อการเป็นท่าเรือขนส่ง นอกจากนี้ ท่าขนส่งสินค้า และผู้โดยสารที่ท่าเรือกวานเหล่ย์จะช่วยแก้ปัญหาการล่องเรือในฤดูแล้ง ซึ่งระดับน้ำในแม่น้ำโขงลดต่ำมาก

เส้นทางทางอากาศ

1) ท่าอากาศยานในมณฑลยูนนาน ปัจจุบันมณฑลยูนนานมีสนามบินที่เปิดใช้งานแล้วทั้งหมด 12 แห่ง และมีโครงการขยายสนามบินให้ครอบคลุมทุกเมืองของยูนนาน รวมถึงการก่อสร้างสนามบินที่มีอยู่เดิมให้ขยายใหญ่และรองรับจำนวนผู้โดยสารได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สนามบินแห่งใหม่ที่มีชื่อว่า “สนามบินนานาชาติฉางสู่ย” ซึ่งมาแทนสนามบินนานาชาติอู่เจียป่า ได้เปิดดำเนินการแล้วเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2555 โดยจะสามารถรองรับผู้โดยสารได้ถึงปีละ 38 ล้านคน และจัดเป็นสนามบินนานาชาติที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของจีน รองจาก สนามบินกรุงปักกิ่ง สนามบินผู้ตงของเซี่ยงไฮ้ และสนามบินไป๋หวินของกว่างโจว นอกจากนี้ ยูนนานเตรียมก่อสร้างสนามบินเพิ่มอีก 4 แห่ง โดยสนามบินหลู่กุหนู (เมืองลี่เจียง) สนามบินหงเหอ (เขตหงเหอ) ได้เริ่มการก่อสร้างแล้ว ส่วนสนามบินซางหยวน (เมืองหลินซาง) และสนามบินหลานซาง (เมืองผู่เอ๋อร์) ผ่านการอนุมัติจากกรมจีนแล้ว

2) เส้นทางการบินระหว่างมณฑลยูนนานกับประเทศไทย

- กรุงเทพฯ – Kunming เป็นลักษณะบินตรงที่มีการกำหนดเวลาแน่นอน โดยสายการบิน Thai Airways และ China Eastern Airlines ใช้เวลาบินราว 2 ชม.

- กรุงเทพฯ – จิ่งหิง เป็นการบินลักษณะเหมาลำ โดยสายการบิน China Eastern Airlines ใช้เวลาบินราว 1.30 ชั่วโมง

- กรุงเทพฯ – ลี่เจียง เป็นการบินลักษณะเหมาลำ โดยสายการบิน China Eastern Airlines ใช้เวลาบินราว 3 ชั่วโมง

- เชียงใหม่ – Kunming เป็นการบินลักษณะเหมาลำ โดยสายการบิน China Eastern Airlines ใช้เวลาบินราว 1.30 ชั่วโมง

- เชียงราย – Kunming เป็นการบินลักษณะเหมาลำ โดยสายการบิน China Eastern Airlines ใช้เวลาบินราว 1.30 ชั่วโมง

(ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/country/yunnan/transport.php>, 25 กันยายน 2556.)

ในปี ค.ศ. 2011 GDP ของมณฑลยูนนานเท่ากับ 7.22 แสนล้านหยวน (ประมาณ 3.61 ล้านล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.8 ของ GDP จีนทั่วประเทศ แต่เมื่อหารเฉลี่ยจำนวนประชากรแล้ว GDP ต่อหัวอยู่ที่ 15,752 หยวน (ประมาณ 78,760) ซึ่งถือเป็นแค่ร้อยละ 53 ของ GDP ต่อหัวของทั่วประเทศจีนเท่านั้น ส่วนรายได้ต่อหัวของประชากรมณฑลยูนนานอยู่ที่ 30,177 หยวน/ปี (ประมาณ 150,885) ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่ารายได้ต่อหัวของประชากรจีน ธุรกิจค้า

ปลีกมีมูลค่าทั้งหมด 250,014 ล้านดอลลาร์ (ประมาณ 1,250,072 ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.6 ของมูลค่าธุรกิจค้าปลีกในประเทศจีน มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ 13,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.4 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของทั้งประเทศ มูลค่าการลงทุนโดยต่างชาติอยู่ที่ 1,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ดัชนีทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญของมณฑลยูนนาน พบว่า อุตสาหกรรมภาคการเกษตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 อุตสาหกรรมภาคการผลิต เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 อุตสาหกรรมภาคบริการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.6 การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.3 การค้าปลีก เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.2 เงินเฟ้อ (ดัชนีราคาผู้บริโภค) ลดลงร้อยละ -9.3 มูลค่าการส่งออก ลดลงร้อยละ -9.6 และมูลค่าการนำเข้า ลดลงร้อยละ -23.9 (ตารางที่ 2.2)

ตารางที่ 3.2 ดัชนีทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญของมณฑลยูนนาน

ดัชนีทางเศรษฐกิจ	2007	2008	2009	2010	
	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	การเปรียบเทียบปี ก่อนหน้า (%)
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในมณฑล (พันล้านหยวน)	477.2	569.2	617	722.4	17.1
Per capita GRP (หยวน)	10,609	12,570	13,539	15,752	16.3
มูลค่าเพิ่มจากผลผลิต					
อุตสาหกรรมภาคการเกษตร (พันล้านหยวน)	83.7	102.1	106.8	110.8	3.74
อุตสาหกรรมภาคการผลิต (พันล้านหยวน)	203.8	245.3	258.2	322.3	24.8
อุตสาหกรรมการผลิต	169.6	205.2	208.8	260.4	24.7
อุตสาหกรรมการก่อสร้าง	34.2	40.1	49.4	61.9	25.3
อุตสาหกรรมภาคบริการ (พันล้านหยวน)	189.7	221.9	252	289.2	14.8
มูลค่าเพิ่มของผลผลิตอุตสาหกรรม (พันล้านหยวน)	149.3	180.4	190.4	224.6	18.0
การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (พันล้านหยวน)	279.9	352.7	452.7	552.8	22.1
การค้าปลีก (พันล้านหยวน)	139.5	176.5	205.1	250.0	21.9
เงินเฟ้อ (ดัชนีราคาผู้บริโภค %)	5.9	5.7	0.4	3.1	161.9
มูลค่าการส่งออก (พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)	4.74	4.99	4.51	7.6	68.9
มูลค่าการนำเข้า (พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)	4.04	4.61	3.51	5.76	64.1

ตารางที่ 3.2 ดัชนีทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญของมณฑลยูนนาน (ต่อ)

ดัชนีทางเศรษฐกิจ	2007	2008	2009	2010	
	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	การเปรียบเทียบปีก่อนหน้า (%)
การลงทุนต่างประเทศ					
มูลค่าของสัญญา (พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)	0.97	1.69	1.689	1.51	-10.1
มูลค่าของการลงทุน(พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)	0.55	0.78	0.91	1.32	45.0

ที่มา : Yunnan Statistics of Yearbook, 2011.

ปัจจุบันผลผลิตจากอุตสาหกรรมด้านการผลิต และด้านการบริการ ของมณฑลยูนนานมีส่วนต่อ GDP เพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของมณฑลยูนนานในอนาคต ที่มีการพัฒนาจากอุตสาหกรรมด้านการเกษตร ที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำไปสู่อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งได้แก่ อุตสาหกรรมด้านการผลิต และด้านการบริการ สำหรับอุตสาหกรรมด้านการเกษตร ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็ง ทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของมณฑลยูนนาน และสำหรับเมืองที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงสุดของมณฑล 5 อันดับแรก คือ นครคุนหมิง (Kunming), ชูจิ่ง (Qujing), ยู่วซี (Yuxi), หงเหอ (Honghe) และต้าหลี่ (Dali) ตามลำดับ

ในส่วนตลาดผู้บริโภคของมณฑลยูนนาน มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.2 คิดเป็นมูลค่า 205.1 พันล้านหยวน (ในปี ค.ศ. 2009) โดยค่าครองชีพของประชาชนในมณฑลเท่ากับ 14,423.93 หยวน สูงจากปีก่อนหน้าคิดเป็นร้อยละ 8.9 ในขณะที่ค่าครองชีพต่อหัวประชากรในเมือง ปี ค.ศ. 2009 อยู่ที่ 10,201.81 หยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.4 จากปี ค.ศ. 2008 ซึ่งอยู่ที่ 9,076.6 หยวน เมื่อพิจารณาจากโครงสร้างในการใช้จ่ายของประชากรแล้ว มีการใช้จ่ายด้านสินค้าประเภทอาหารมากที่สุด รองลงมาคือค่าใช้จ่ายทางด้านคมนาคม การสื่อสาร และเครื่องนุ่งห่ม ตามลำดับ ส่วนประชากรในชนบทนั้น มีระดับค่าครองชีพต่อหัวของประชากรอยู่ที่ 2,924.85 หยวน เป็นค่าใช้จ่ายในสินค้าประเภทอาหารมากที่สุด ตามมาด้วยค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย ด้านการคมนาคม และการสื่อสาร

ด้านธุรกิจค้าปลีกในมณฑลยูนนานในปี ค.ศ.2010 มีมูลค่าทั้งหมด 250,014 ล้านหยวน (ประมาณ 1,250,072 ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ1.6 ของมูลค่าธุรกิจค้าปลีกในประเทศจีน ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีก และค้าส่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 81 ทั้งนี้ธุรกิจการโรงแรม และร้านอาหาร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15 และธุรกิจอื่นๆอีกร้อยละ 4 โดยตลาดใหญ่ที่มีบทบาทมากที่สุดในมณฑลยูนนาน คือตลาดในนครคุนหมิง ซึ่งถือเป็นเมืองเอกของ มณฑลยูนนาน มูลค่าของธุรกิจค้าปลีกในนครคุนหมิง ในปี ค.ศ 2010 คือ 106,019 ล้านหยวน (ประมาณ 530,069 ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 ของมูลค่าค้าปลีกของทั้งมณฑล

ตารางที่ 3.3 ธุรกิจค้าปลีกในมณฑลยูนนาน ปี ค.ศ.2010

หน่วย/หมื่นหยวน

ภูมิภาค	ยอดค้าปลีกรวม ของสินค้า อุปโภค บริโภค	จัดกลุ่มตามสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ			จัดกลุ่มตามภาคธุรกิจ	
		เขตชุมชน เมือง	เขตเมือง	เขตชนบท	ธุรกิจการค้าส่ง และค้าปลีก	โรงแรมและ บริการจัด เลี้ยง
ทั้งหมด	25,001,442	19,927,240	15,518,463	5,074,202	20,235,376	3,628,226
คุนหมิง(Kunming)	10,601,922	10,091,521	9,306,015	510,401	8,990,375	1,611,547
ชู่จิ่ง (Qujing)	2,328,024	1,560,986	1,089,715	767,039	2,010,776	317,248
ยู่ซี (Yuxi)	1,415,277	1,071,615	785,445	343,662	1,158,034	257,243
เป่าซาน (Baoshan)	843,578	562,970	356,068	280,609	717,101	126,478
จ้าวทง (Zhaotong)	1,056,653	727,399	383,570	329,254	931,581	125,072
ลี่เจียง (Lijiang)	454,984	300,712	110,482	154,272	336,779	118,205
ปู้เอ๋อ (Pu'er)	726,620	569,529	198,087	157,091	600,574	126,046
หลินชาง (Lincang)	725,787	490,944	359,916	234,843	585,874	139,914
ชู่ซิ่ง (Chuxing)	1,319,345	956,840	519,608	362,506	1,079,804	144,945
หงเหอ (Honghe)	1,534,684	1,206,468	626,779	328,216	1,244,881	289,803
เหวินชาน	1,436,429	901,442	174,576	534,987	1,164,054	272,375
สิบสองปันนา	506,003	361,444	204,197	144,560	434,235	71,768
ต้าหลี่ (Dali)	1,424,032	1,045,519	732,887	375,513	1,201,096	219,936
เด้อหง (Dehong)	543,613	398,102	306,366	145,511	467,472	76,141
นู่เจียง (Nujiang)	148,659	97,389	73,257	51,269	125,048	23,611
ตี้ชิ่ง (Diqing)	209,872	126,703	24,503	83,169	188,625	21,247

ที่มา : Yunnan Statistics of Yearbook, 2011.

สำหรับขนาดของอุตสาหกรรมอาหารในมณฑลยูนนานดังที่แสดงในตารางที่ 2.6 จะเห็นได้ว่าในปี ค.ศ. 2010 มูลค่าทั้งหมดของธุรกิจอาหารในมณฑลยูนนานคือ 389,543 ล้านหยวน (ราว 1,947,716) โดยเติบโตจากปี ค.ศ. 2009 เป็นอัตราเพิ่มร้อยละ 25.4

ตารางที่ 3.4 ธุรกิจอาหารในมณฑลยูนนาน

หน่วย/หมื่นหยวน

หมวดหมู่	ยอดขายรวม		การค้าส่ง		การค้าปลีก	
	2552	2553	2552	2553	2552	2553
อาหาร เครื่องดื่ม	5,825,894	7,240,853	5,193,735	6,503,162	632,158	737,691
เมล็ดพืชและน้ำมัน	568,279	764,935	380,472	534,203	187,807	230,732
เนื้อ สัตว์ปีก และไข่	70,661	84,490	16,873	10,607	53,788	73,883
เครื่องบริโภคอื่น ๆ	667,959	846,984	472,216	623,675	195,743	223,309
เครื่องดื่ม	103,025	119,062	46,773	55,031	56,252	64,032
ยาสูบและสุรา	4,415,971	5,425,382	4,277,402	5,279,647	138,569	145,735
ทั้งหมด	31,074,368	38,954,320	24,154,522	29,983,916	6,919,847	8,970,404

ที่มา : Yunnan Statistics of Yearbook, 2011.

ในปีค.ศ. 2010 มณฑลยูนนาน มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมเท่ากับ 722.4 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ.2009 ร้อยละ 17.1 และมีรายได้ต่อหัวของประชากร อยู่ที่ 15,752 หยวน เพิ่มขึ้นจากปีค.ศ. 2009 ร้อยละ16.3

ในปีค.ศ. 2010 มณฑลยูนนานมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมมาจากภาคการเกษตร ร้อยละ 15.4 ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 44.6 และอุตสาหกรรมด้านการบริการ ร้อยละ 40 ดังข้อมูลในตาราง

ตารางที่ 3.5 มูลค่าผลิตภัณฑ์ของมณฑลยูนนานปี ค.ศ.2010

รายการ	มูลค่า	สัดส่วน ต่อมูลค่า
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของมณฑล	722.4	100
ภาคการเกษตร	110.8	15.4
ภาคอุตสาหกรรม	322.3	44.6
- อุตสาหกรรมการผลิต	260.4	36.03
- อุตสาหกรรมการก่อสร้าง	61.9	8.57
ภาคบริการ	289.2	40.0
- ธุรกิจคมนาคมขนส่ง จัดเก็บสินค้าและไปรษณีย์	19.32	6.68
- ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก	68.53	23.6
- ธุรกิจด้านที่พักอาศัยและจัดเลี้ยง	19.0	17.3
- ธุรกิจการเงิน	37.5	6.5
- ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	22.3	8.8
- อื่นๆ	122.4	16.6

ที่มา : Yunnan Statistics of Yearbook, 2011.

ในปัจจุบัน ผลผลิตจากอุตสาหกรรมด้านการผลิต (Secondary Industry) และด้านการบริการ (Tertiary Industry) ของมณฑลยูนนานมีสัดส่วนต่อ GDP เพิ่มมากขึ้น เห็นถึงการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของมณฑลยูนนานในอนาคตที่มีการพัฒนาจากอุตสาหกรรมด้านการเกษตรซึ่งมีมูลค่าเพิ่มต่ำ ไปสู่อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นซึ่งได้แก่ อุตสาหกรรมด้านการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ แต่อย่างไรก็ดี ในปัจจุบัน มณฑลยูนนานยังมีทรัพยากรธรรมชาติทางการเกษตรอย่างอุดมสมบูรณ์ ดังนั้น อุตสาหกรรมด้านการเกษตรยังถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มณฑลยูนนานมีความแข็งแกร่งและเป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ทั้งนี้ เมืองที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงสุดของมณฑล คือ Kunming ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 212.03 พันล้านหยวน ตามมาด้วยเมือง Qujing, Yuxi, Honghe และ Dali ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 3.6 มูลค่าผลิตภัณฑ์รวมภายในเมือง 5 อันดับสูงสุดของมณฑลยูนนาน ปี ค.ศ.2010

เมือง	ผลิตภัณฑ์	อุตสาหกรรม	อุตสาหกรรม	อุตสาหกรรม	Per Capita
Kunming	212.03	12.03	96.09	103.91	33,549.00
Qujing	100.56	18.36	52.67	29.54	17,228.00
Yuxi	73.64	69.60	45.78	20.89	32,089.00
Honghe	65.04	10.43	34.51	20.08	14,546.00
Dali	47.41	10.89	18.82	17.68	13,498.00

ที่มา : Yunnan Statistics of Yearbook, 2011.

ภาคการเกษตร

ในปี ค.ศ. 2010 มณฑลยูนนานมีพื้นที่ในการเพาะปลูกทั้งสิ้น 6.11 ล้านเฮกตาร์ เป็นพื้นที่ปลูกธัญพืชต่างๆ ได้แก่ ข้าวสาลี ข้าวเจ้า ข้าวโพดและเมล็ดถั่วที่ 0.58 ล้านเฮกตาร์ นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่เพาะปลูกผักผลไม้และอ้อยอีกราว 0.67 และ 0.3 ล้านเฮกตาร์ ตามลำดับ ทั้งนี้ มณฑลยูนนานมีมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรทั้งสิ้น 181.05 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 จากปี 2009 โดยมูลค่าจากการเพาะปลูกมากที่สุด คือ 92.6 พันล้านหยวน ตามมาด้วยการเลี้ยงสัตว์ ป่าไม้ ประมง และการให้บริการตามลำดับ

ตารางที่ 3.7 มูลค่าผลผลิตทางการเกษตรของมณฑลยูนนาน ปี ค.ศ.2008 – ค.ศ.2010

รายการ	มูลค่าปี 2008 (พันล้านหยวน)	มูลค่าปี 2009 (พันล้านหยวน)	มูลค่าปี 2010 (พันล้านหยวน)	สัดส่วนการ เปลี่ยนแปลง (%)
มูลค่าผลผลิตทางการเกษตร	164.15	170.62	181.05	6.1
การเพาะปลูก	79.1	85.1	92.6	8.8
การป่าไม้	18.36	19.61	18.42	-6
การเลี้ยงสัตว์	57	55.77	58.88	5.6
การประมง	3.81	4.19	4.81	14.8
การให้บริการ	5.89	5.96	6.38	7.0

ที่มา : Yunnan Statistics of Yearbook, 2011.

ในปี ค.ศ.2010 ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ เมล็ดพืช ข้าว และข้าวโพด รวมทั้งผลไม้ของมณฑลยูนนาน ได้แก่ อ้อย และเมล็ดพืชจำพวกถั่ว และพืชตระกูลส้ม

ภาคบริการ

ธุรกิจการท่องเที่ยว

มณฑลยูนนานมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเมืองเก่าลี่เจียงซานเหยียนจิ่ง ภูเขาหิมะ มังกรหยก พงษ์อุทยานซานผิง สนามกอล์ฟภูเขาหิมะมังกรหยก สระน้ำมังกรดำ บ้านตระกูลมู่ อุทยานป่าหินคุนหมิง ไค้งแรกแม่น้ำแยงซี หุบเขาเสือกระโจน ทะเลสาบหลุกูหู่ เมืองเซียงรุ่ง เมืองเจียนสูย และเมืองเถิงชง ในปี ค.ศ.2010 มณฑลยูนนานมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงถึง 1,323 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศทั้งสิ้น 2.31 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 20.9 ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 0.3 ล้านคน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนมากที่สุด ตามด้วยญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ตามลำดับ และเป็นนักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงมาเก๊า และได้หวัน ทั้งสิ้น

ตารางที่ 3.8 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในปี ค.ศ.2008 – ค.ศ.2010

รายการ	2008	2009	2010	สัดส่วนการเปลี่ยนแปลง (%)
จำนวนนักท่องเที่ยว(หมื่นคน)	250.22	284.49	329.15	15.6
ชาวต่างชาติ	169.18	191.79	329.15	20.6
ไทย	18.54	21.63	231.23	41.7
ญี่ปุ่น	13.90	15.07	30.67	0.20
สิงคโปร์	10.4	14.35	15.16	8.01
สหรัฐอเมริกา	10.70	10.45	15.50	13.5
ฝรั่งเศส	8.42	9.44	11.87	17.37
ฮ่องกง มาเก๊า ไต้หวัน	81.03	92.7	110.08	5.6

ที่มา : Yunnan Statistics of Yearbook, 2011.

ในปี ค.ศ.2010 มณฑลยูนนานมีการเติบโตของตลาดผู้บริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.9 หรือเป็นมูลค่า 250,000 ล้านหยวน โดยค่าครองชีพของประชากรในเขตมณฑลยูนนานเท่ากับ

16,064.54 หยวน โดยสูงขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 11.4 ในขณะที่ค่าครองชีพต่อหัวของประชากร เขตเมืองในปี ค.ศ.2010 อยู่ที่ 11,074.08 หยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.6 จากปี 2009 ซึ่งอยู่ที่ 10,201.81 หยวน โดยเมื่อพิจารณาจากโครงสร้างในการใช้จ่ายของประชากร มีการใช้จ่ายด้านสินค้าประเภทอาหารมากที่สุด 4,460.58 หยวน รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายทางด้านการคมนาคมและการสื่อสาร 1,587.19 หยวน และเครื่องนุ่งห่ม 1,102.14 หยวน ตามลำดับ ทางด้านประชากรในเขตชนบทนั้น มีระดับค่าครองชีพต่อหัวของประชากรในปีค.ศ.2010 อยู่ที่ 3,398 หยวน โดยมีการใช้จ่ายในสินค้าประเภทอาหารมากที่สุด 1,605 หยวน ตามด้วยค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย 638 หยวน และค่าใช้จ่ายทางด้านการคมนาคมและการสื่อสาร 338 หยวน ตามลำดับ

นโยบาย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของมณฑลยูนนาน ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2554 - 2558)

แผนฉบับนี้เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจตามยุทธศาสตร์ "สองเข้มแข็ง หนึ่งที่มั่น" (两强一堡) โดยเร่งพัฒนาด้านอุตสาหกรรม พัฒนาเมืองภายใต้โอกาสและความท้าทาย รวมทั้งการปรับปรุงด้านสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น เพื่อสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ "การพัฒนาภาคตะวันตกรอบใหม่" (新一轮西部大开发) ของประเทศจีนรองรับเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ของจีนที่ให้มณฑลยูนนานเป็น "หัวสะพาน" (桥头堡) หรือสะพานเชื่อมสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยเร่งรัดให้มณฑลยูนนานสามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว และมีเสถียรภาพ (ยุทธศาสตร์หัวสะพานจะช่วยยกระดับมณฑลยูนนานให้มีความพร้อมรับการเปิดเสรีทางการค้า สามารถปรับตัวรับการแข่งขันในยุคใหม่ได้โดยจะใช้ประโยชน์และโอกาสจากความร่วมมือดังกล่าวเพื่อยกระดับมณฑลยูนนานสู่ความทันสมัยยิ่งขึ้น)

สำหรับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมยูนนาน ตามแผน 5 ปี ฉบับ 12 จะเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจในรูปแบบ Green Economy การกำหนดยุทธศาสตร์ให้มณฑลยูนนานเป็นสะพานสู่เอเชียใต้และเอเชียตะวันตกเฉียงใต้ เร่งพัฒนาภาคเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง เช่น ภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม โดยปฏิรูประบบนวัตกรรมใหม่ๆ เสริมสร้างการศึกษาให้มีความทันสมัย พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชนรวมทั้งเสริมสร้างวัฒนธรรมชนเผ่า เสริมสร้างความสามัคคีและความเจริญอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม 5 ปี ฉบับที่ 12 ของมณฑลยูนนาน โดยมีดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ กำหนดให้ GDP ขยายตัวเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 10 การลงทุนขยายตัวเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 15 รายได้จากการจัดเก็บภาษีของรัฐบาลท้องถิ่นขยายตัวเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 13 การบริโภคขยายตัวเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 16 ส่งเสริมให้การค้าต่างประเทศขยายตัวเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 17 และรักษาระดับราคาสินค้าให้มีเสถียรภาพ ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตภาคอุตสาหกรรม ผลักดันภาคบริการขยายตัวร้อยละ 10 ต่อปี สำหรับภาคการผลิต โดยทางการมีแผนเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภาคอุตสาหกรรมและบริการ โดยจะปรับโครงสร้างการผลิตจากสัดส่วนภาคเกษตรร้อยละ 15.3 อุตสาหกรรมร้อยละ 44.7 และบริการร้อยละ 40 เป็นภาคเกษตรร้อยละ 12 ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 46 และภาคบริการ ร้อยละ 42 ส่วน

ด้านการดำรงชีวิตของประชาชน วางแผนให้ประชากรขยายตัวร้อยละ 5.3 ต่อปีกำหนดอัตราการจ้างงานใหม่ในเขตเมืองเพิ่มขึ้น 1.1 ล้านคน โดยมีอัตราการว่างงานในเขตเมืองร้อยละ 5 ประชากรในเขตชนบทมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10

ด้านการศึกษา พยายามผลักดันให้มีอัตราการเข้าเรียนระดับมัธยมเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 และอัตราเข้าเรียนในระดับมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เพิ่มงบประมาณรายจ่ายเพื่อการวิจัยเป็นร้อยละ 1.5 ของ GDP

ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด (ที่ไม่ใช่เชื้อเพลิงฟอสซิล) เป็นพลังงานถึงร้อยละ 30 ลดอัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และมลพิษ

ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รัฐบาลมณฑลยูนนานจะสร้างถนนให้มีระยะทางรวมเพิ่มขึ้นเป็น 220,000 กิโลเมตร สร้างเส้นทางรถไฟเพิ่มขึ้นเป็น 5,000 กม. สร้างเขื่อนเก็บน้ำใหม่ ความจุ 2,500 ล้านลูกบาศก์เมตร เพื่อผลิตไฟฟ้าเพิ่มขึ้นอีก 80 ล้านกิโลวัตต์พัฒนาแหล่งกักเก็บน้ำเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9 เพื่อให้การขนส่งทางน้ำมีประสิทธิภาพ สะดวก และปลอดภัยมากขึ้น เร่งการก่อสร้างเส้นทางรถไฟสายใหม่ ๆ ส่งเสริมการก่อสร้างเส้นทางรถไฟระหว่างเมืองและเส้นทางรถไฟความเร็วสูงระหว่างประเทศ รวมทั้งปรับปรุงระบบเครือข่ายการขนส่งทางรถไฟ ปรับปรุงถนนสายหลักในมณฑลยูนนานโดยก่อสร้างทางด่วนระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ในมณฑลยูนนาน สร้างทางหลวงระดับสอง ทางหลวงชนบท และถนนในหมู่บ้าน ส่งเสริมการขนส่งทางอากาศ การขนส่งทางน้ำและพัฒนาท่าเรือ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกในด้านการขนส่งสินค้า (พัฒนาพงษ์ ภูสุวรรณ เข้าถึงได้จาก : http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/AsianEconomies/Yunnan/Article/DocLib_YNArticle/5YearsPlan.pdf, 25 กันยายน 2556)

ความสัมพันธ์ทางการค้าไทย-จีน (ตอนใต้)

ความสัมพันธ์ทางการค้า เริ่มต้นจากการที่รัฐบาลจีนเริ่มการเปิดประเทศสู่โลกภายนอก ในช่วงปี ค.ศ. 1979 อย่างไรก็ตามในส่วนของประเทศไทยและจีน ได้มีการสถาปนาความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการซึ่งเริ่มต้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 1975 โดย ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมทย์ จึงทำให้ไทยเป็นประเทศในลำดับที่ 101 ที่รับรองรัฐบาลจีนแผ่นดินใหญ่ และเป็นลำดับที่ 3 ในกลุ่มอาเซียน

นโยบายการเปิดประเทศของจีน (Open – door policy) ซึ่งมีผู้นำสำคัญคือ เต็งเสี่ยวผิง ด้วยการใช้ระบบเศรษฐกิจแบบตลาด (Market Economic) ภายใต้นโยบาย “สี่ทันสมัย” ประกอบด้วย (1) การพัฒนาการเกษตร (2) อุตสาหกรรม (3) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ (4) การทหาร โดยนโยบายเศรษฐกิจใหม่ได้ปรากฏเป็นรูปธรรมในเรื่องการส่งเสริมการค้า การลงทุน ตลอดจนการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zones – SEZ's) ซึ่งจากนโยบายดังกล่าวได้ส่งผลให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหลังมีการเปิดประเทศของ ประเทศจีน โดยอักษรศรี พาณิชศาสตร์ (2554) ได้กล่าวว่าในช่วง 30 กว่าปีที่ผ่านมา สะท้อนว่า โครงสร้างทางเศรษฐกิจประเทศที่เปลี่ยนจากภาคปฐมภูมิหรือภาคเกษตร (Primary Sector) ไปสู่ภาคทุติยภูมิหรือภาคอุตสาหกรรม (Secondary Sector) และภาคตติยภูมิหรือภาคบริการ (Tertiary Sector) มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ภาคระหว่างประเทศของจีนขยายตัว ประชากรจีนมีรายได้ต่อหัวเพิ่มสูงมากขึ้น และมีรูปแบบการค้าการลงทุนที่ซับซ้อนมากขึ้น จึงเชื่อมโยงไปสู่การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ซึ่งส่งผลให้ภาคบริการของจีนขยายตัวตามอย่างรวดเร็วเช่นกัน (อ้างถึงในอักษรศรี พาณิชศาสตร์, 2554 : 10) โดยสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ตามตารางที่ 3.9

ตารางที่ 3.9 สัดส่วนรายได้ภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ต่อ GDP ของจีน

ปี ค.ศ. (พ.ศ.)	สัดส่วนการผลิตขั้นปฐมภูมิและ เกษตร (%)	สัดส่วนการผลิต ภาคอุตสาหกรรม (%)	สัดส่วนการผลิต ภาคบริการ (%)
1978(2521)	28.2	47.9	23.9
1989(2532)	25.1	42.8	32.1
1997(2540)	18.3	47.5	34.2
2005(2548)	12.2	47.7	40.1
2007(2550)	11.3	48.6	40.1
2009(2552)	10.6	46.8	42.6

ที่มา : National Bureau of Statistics of China, 2010.

ซึ่งความสัมพันธ์ทางการค้าของไทยกับจีน (ตอนใต้) เริ่มต้นจากการรัฐบาลจีนประกาศนโยบายการพัฒนาภาคตะวันตก (Go – West Policy) ในปี ค.ศ.1999 ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 และต่อมาได้เริ่มนำมามาตรการต่างๆ มาใช้ตามนโยบายดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ.2000 รัฐบาลกลางจีนจึงได้ประกาศ “ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคตะวันตก” หรือ Xibu Da Kaifa เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาภาคตะวันตกให้มีความเท่าเทียมกับมณฑลทางตะวันออกที่ได้รับการพัฒนาทางเศรษฐกิจก่อนจนก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ โดยเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาภาคตะวันตกของจีน คือ สร้างความเท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจ ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การแก้ไขปัญหาชนกลุ่มน้อย และการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2553 : 2-2)

ความโดดเด่นทางเศรษฐกิจของมณฑล

- เป็นสมาชิกกรอบความร่วมมือ GMS มีพรมแดนติดกับประเทศเมียนมาร์ ลาว และเวียดนาม ความยาวชายแดน 4,060 กม. เป็น 1 ใน 5 ของชายแดนจีน
- เป็นมณฑลของจีนที่ใกล้ไทยที่สุดเชื่อมโดยเส้นทาง R3A (247 กม. ใช้เวลาเดินทาง 4-5 ชม.) และสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 4 (เชียงของ-ห้วยทราย) เสร็จปี 2556
- รัฐบาลจีนอนุมัติ “ยุทธศาสตร์หัวสะพาน” (ปี 2554 - 2558) กำหนดให้มณฑลยูนนานเป็นประตูเชื่อมโยง ภาคตะวันตกของจีนสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้
- มีพื้นที่ปลูกยาสูบและผลิตยาสูบ มากเป็นอันดับ 1 ของจีน บุหรีตรา Hongta Shan มียอดขายอันดับ 1 ของจีน

- มีพื้นที่และผลผลิตกาแฟมากเป็นอันดับ 1 ของจีน
- ผลิตไฟฟ้าพลังน้ำจากเขื่อนมากเป็นอันดับ 3 ของจีน อุตสาหกรรมพลังงานแสงอาทิตย์ อยู่ใน 3 อันดับแรกของจีน และมีถ่านหินมากเป็นอันดับ 8 ของจีน
- มีศูนย์ประมงดอกไม้ “โต่วหนาน” Dounan Asia's Flower City ที่ใหญ่ที่สุดในจีน กำลังขยายให้ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก
- มีแร่สังกะสี และแร่ตะกั่วมากเป็นอันดับ 1 ของจีน แร่ดีบุกและแร่ฟอสฟอรัสมากเป็นอันดับ 2 ของจีน
- มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์เป็นอันดับ 1 ของจีนมี 26 ชาติ จาก 56 ชาติทั่วโลก (รวมฮั่น)
- มณฑลยูนนานซึ่งเป็นมณฑลสีเขียวอันดับ 7 ของจีน นครคุนหมิงเป็นเมืองสีเขียวอันดับ 4 ของจีน
- เป็นที่ตั้งของศูนย์วิจัยพัฒนาสมุนไพรจีน ประสบความสำเร็จในการนำยาสมุนไพรจีนมา รักษาโรคเอดส์ และอุตสาหกรรมยาสมุนไพรจีนของยูนนาน เป็นอันดับ 1 ของจีน

ตัวเลขสถิติทางเศรษฐกิจ ปี 2555



ภาพที่ 3.3 ภาพข้อมูลสถิติทางเศรษฐกิจ มณฑลยูนนานปี 2555
ที่มา <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/country/yunnan/economy.php>, 25 กันยายน 2556.

ตัวเลขสถิติภาพรวม GDP / สัดส่วนทางอุตสาหกรรม

มูลค่า GDP 1.03 ล้านล้านหยวน (อันดับ 24 ของจีน) ขยายตัว 13% GDP ต่อหัว 22,195 หยวน หรือประมาณ 3,531 ดอลลาร์สหรัฐ โดยแบ่งเป็น ดังตารางที่ 2.10

ตารางที่ 3.10 สัดส่วนรายได้ภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ต่อ GDP ของจีน

มูลค่า GDP	มูลค่า (ล้านหยวน)	การขยายตัว (%)	ครองสัดส่วน (%)
ภาคเกษตรกรรม	165,460	6.7	15.9
ภาคอุตสาหกรรม	441,910	16.2	42.5
ภาคบริการ	423,614	11.4	41.6

ที่มา : National Bureau of Statistics of China, 2010.

สถิติภาคเกษตรกรรม

ผลผลิตเกษตรที่สำคัญมีดังนี้ ธัญพืช 1.7 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 ยาสูบ 1.1 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.1 ผลไม้ 5.1 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 26 และดอกไม้ตัดสด 7,250 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5

สถิติภาคอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมยาสูบ 97,625 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.2 การก่อสร้าง 96,838 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21 และอุตสาหกรรมไฟฟ้า 33,249 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.1

สถิติภาคบริการ

ภาคบริการที่สำคัญ ได้แก่ อสังหาริมทรัพย์ 178,214 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.2 ภาคการเงิน 54,805 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.6 ไปรษณีย์และโทรคมนาคม 36,259 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.7 และขนส่ง 23,962 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6

ตัวเลขสถิติภาคบริการ / การท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวภายในประเทศ 196 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.2
นักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.86 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.1

รายได้ท่องเที่ยวรวม 170,254 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.2 โดยเป็นรายได้จาก
นักท่องเที่ยวภายในประเทศ 157,949 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.1 และรายได้จากนักท่องเที่ยว
ต่างชาติ 1,947 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.0

(ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/country/yunnan/economy.php>, 25 กันยายน 2556)

สรุป

กล่าวได้ว่าประเทศจีนได้ใช้นโยบายพัฒนาภาคตะวันตกอย่างจริงจังมาตั้งแต่ ปีค.ศ. 2000 และได้เร่งก่อสร้างโครงการคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงมณฑลตอนในเข้ากับภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ทั้งถนน รถไฟ อีกทั้งรัฐบาลจีนได้ประกาศให้มณฑลยูนนาน (เมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2011) โดยมีนโยบายการพัฒนาภาคให้ “เป็นด้านแรกในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน” ในการกระชับความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านและต่าง - ประเทศ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจและการค้า จึงนับเป็นโอกาสของประเทศไทยในการเชื่อมโยงการค้าในภาคธุรกิจต่างๆ ในมณฑลยูนนาน อย่างไรก็ตาม นโยบายการพัฒนาภาคตะวันตกที่มีมณฑลสำคัญกับไทยคือ มณฑลยูนนาน นับเป็นพื้นที่ที่น่าจับตามองจากนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติและเมื่อพิจารณาจากฝั่งของประเทศไทยแล้ว ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ของมณฑลยูนนานถือว่าเป็นมณฑลที่ใกล้กับประเทศไทย และมีความใกล้ทางวัฒนธรรม

บทที่ 4

พัฒนาการนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน : กรณีศึกษานครคุนหมิง

ประเทศไทยและจีน มีความสัมพันธ์อันดีมายาวนานนับแต่สมัยราชวงศ์ฮั่นของจีน ซึ่งได้มีการบันทึกประวัติศาสตร์เกี่ยวกับชนชาติไทย และที่เด่นชัดคือความสัมพันธ์ระหว่างอาณาจักรสุโขทัยกับจีนในเรื่องการติดต่อค้าขายระหว่างกัน

อย่างไรก็ตาม พัฒนาการทางการค้าของจีนเริ่มมีความชัดเจนในช่วงปี ค.ศ. 1979 ซึ่งเป็นยุคของการเปิดประเทศสู่โลกภายนอกอันส่งผลให้จีนต้องมีการปรับปรุงกฎระเบียบ และพัฒนาในหลายๆ ด้าน เช่น การพัฒนาภาคเกษตร การพัฒนาอุตสาหกรรม เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจีนได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ในวันที่ 11 ธันวาคม ค.ศ. 2001 ได้ส่งผลให้จีนต้องเปิดรับการค้าการลงทุนจากต่างชาติตามข้อผู้พัน ดังนั้น การนำเสนอในบทนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงการพัฒนาการค้าของจีน และความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและจีน (ตอนใต้) ผู้ศึกษาได้นำเสนอรายละเอียด ดังนี้

- 4.1 นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีนก่อนเข้า WTO
- 4.2 นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน (จีนเป็นสมาชิก WTO)
- 4.3 นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน(เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน)
- 4.4 สรุปกรอบข้อตกลงการค้าบริการจีนกับไทย ภายใต้กรอบ WTO และ เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน
- 4.5 สรุป

4.1 นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีนก่อนเข้า WTO,

ความสำเร็จจากการเปิดประเทศของจีนเกิดจากการดำเนินนโยบายต่างๆ อย่างมีขั้นตอน และคำนึงถึงความพร้อมของแต่ละฝ่ายในระบบเศรษฐกิจ การดำเนินนโยบายปฏิรูปได้คำนึงถึง

ความสำคัญของการจัดลำดับขั้นตอน (Policy Sequencing) เป็นสิ่งที่ฝ่ายวางแผนของจีนได้ยึดถือมาตลอดตั้งแต่เริ่มการปฏิรูปเศรษฐกิจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับต่างประเทศ ประเทศจีนเริ่มเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศในช่วงปลายทศวรรษที่ 1980 เพื่อช่วยยกระดับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของจีน และมีการจัดประเภทการลงทุน โดยส่งเสริมทั้งด้านอุตสาหกรรม และการเกษตร เช่น อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นกลางและสูง เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการส่งออก เช่น สิ่งทอ เครื่องมือ เครื่องจักรกล วัสดุก่อสร้าง คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์การสื่อสาร และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น และเพื่อให้สอดคล้องกับการเตรียมเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) จีนเริ่มผ่อนคลายความเข้มงวดอย่างมีเงื่อนไขในการลงทุนด้านบริการ เช่น อสังหาริมทรัพย์ การค้าการท่องเที่ยว การเงินการธนาคาร เป็นต้น เมื่อประเทศจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO รัฐบาลจึงได้ประกาศใช้ระเบียบใหม่ส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ โดยแบ่งการลงทุนโดยตรงออกเป็น 4 ประเภทคือ กิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุน กิจกรรมที่ได้รับอนุญาต กิจกรรมที่ได้รับอนุญาตในขอบเขตจำกัด และกิจกรรมต้องห้าม โดยสามารถแบ่งช่วงเวลาการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1979 ออกเป็น 4 ช่วงเวลา ดังนี้

4.1.1 ระยะเก็บเกี่ยวประสบการณ์ (ค.ศ. 1979-1985)

ในปี ค.ศ. 1978 รัฐบาลได้จีนประกาศนโยบายเปิดรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และได้การประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยการร่วมทุนเรือนหุ้น (Joint Ventures Law) ซึ่งนับเป็นกฎหมายเศรษฐกิจฉบับแรกของจีน ในปีต่อมา ถือได้ว่าเป็นกฎหมายเศรษฐกิจฉบับแรกของจีน และได้มีการเปิดเขตเศรษฐกิจพิเศษ 4 เขตทางตอนใต้ของจีน ในช่วงปี 1979 - 1982 มีโครงการลงทุนที่ได้รับการอนุมัติ 922 ราย เงินทุนอนุมัติ 4,608 ล้านดอลลาร์ และมีปริมาณเงินลงทุนจริง 1,168 ล้านดอลลาร์ อย่างไรก็ตาม หลังจากจีนได้ดำเนินการได้ 4 ปี รัฐบาลจีนได้ทำการประเมินผลนโยบายและมาตรการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ สรุปได้ว่า

1) เป้าหมายและผลประโยชน์มีลักษณะที่สวนทางกันระหว่างรัฐบาลจีนกับนักลงทุนต่างชาติ โดยรัฐบาลจีนมุ่งหวังที่จะได้รับเทคโนโลยีในด้านการผลิต การบริการจัดการ รวมทั้งเงินตราที่แข็งขึ้นจากการขายสินค้าในตลาดต่างประเทศ โดยห้ามมีการขายสินค้าภายในประเทศจีน ซึ่งตรงข้ามกับความมุ่งหวังของนักลงทุนต่างชาติที่เคยชินกับการมุ่งขายสินค้าในตลาดของประเทศที่รับการลงทุน นอกจากนี้รัฐบาลจีนยังจำกัดการถือหุ้นของชาวต่างชาติไม่เกินร้อยละ 49 และจำกัดการลงทุนอยู่ในสาขาการผลิตไม่กี่สาขา

2) มีความขัดแย้งในหมู่ผู้นำระดับสูงของจีน ฝ่ายหนึ่งไม่ยอมรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ เนื่องจากอดีตจีนมีประสบการณ์เชิงลบกับนักลงทุนชาวต่างชาติที่กลายเป็นนักล่าอาณานิคม และมองบทเรียนจากประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในเอเชีย ทูตต่างชาติใช้พลังทุนที่เหนือกว่าทุกด้านค่อยๆ เบียดทุนท้องถิ่นออกจากตลาด แต่อีกฝ่ายกลับมองว่าพลังทุนที่เหนือกว่าไม่ใช่โทษแต่เป็นคุณคือการกระตุ้นการแข่งขันและหารถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยข้อสำคัญจีนจะไม่ปล่อยให้การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศดำเนินการอย่างอิสระ และต้องมีการจัดระเบียบเพื่อให้ผลประโยชน์ส่วนใหญ่ตกอยู่กับประเทศจีน

ต่อมาจีนเริ่มเรียนรู้และยอมรับสภาพที่เป็นจริงของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมากขึ้น วันที่ 20 กันยายน ค.ศ. 1983 มีการออกระเบียบชุดใหม่เกี่ยวกับการร่วมทุนจีน – ต่างชาติ เพื่อเพิ่มความชัดเจนและเพิ่มประสิทธิภาพต่างๆ อาทิ เกณฑ์การประเมินมูลค่าของทรัพย์สินและทุนที่ฝ่ายจีนจัดหา ราคาของวัตถุดิบที่จัดหาในประเทศ ผ่อนคลายเงื่อนไขการห้ามจำหน่ายผลผลิตภายในประเทศ การกำหนดราคาขาย การเพิ่มสิทธิประโยชน์ด้านภาษี ผ่อนคลายเงื่อนไขการห้ามส่งกำไรกลับประเทศ การถ่ายถอดเทคโนโลยี และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ในส่วนการปฏิรูปรัฐวิสาหกิจ ได้มีการกระจายอำนาจให้รัฐบาลระดับมณฑลและเทียบเท่ามีสิทธิอนุมัติโครงการร่วมทุนกับต่างประเทศ รวมทั้งการประกาศเปิด 14 เมืองตามแนวชายฝั่งทะเลเพื่อรองรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ นอกจากนี้ได้มีการลงนามข้อตกลงกับรัฐบาลต่างประเทศเพื่อคุ้มครองการลงทุนในจีน ยังผลให้การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1984 – 1985

4.1.2 ระยะเวลาเผชิญหน้าความผันผวน (ค.ศ. 1986 – 1986)

รัฐบาลกลางได้ออกระเบียบ Provision of the Encouragement of Foreign Investment ในเดือนตุลาคม ค.ศ. 1986 เพื่อปรับปรุงบรรยากาศการลงทุนให้ดีขึ้น ทั้งรัฐบาลกลาง – มณฑล – มหานครต่างๆ ออกจากระเบียบของตนเองให้มีความชัดเจนและเหมาะสมกับท้องถิ่นมากขึ้น นอกจากนี้ได้มีการแก้ปัญหาคำคัญบางประการ เช่น ปัญหาความไม่สมดุลของเงินตราต่างประเทศในบริษัทลงทุนร่วมจีน – ต่างชาติ มีการจัดตั้งศูนย์การสือหลายแห่งตามเมืองใหญ่ เพื่อให้บริษัทที่ถือเงินดอลลาร์เกินความต้องการสามารถขายให้กับบริษัทที่ต้องการใช้เงินดอลลาร์ มีการปรับปรุงขั้นตอนการขออนุมัติโครงการลงทุนจากต่างประเทศให้มีความสะดวกรวดเร็วขึ้น มณฑลต่างๆ สามารถให้สิทธิประโยชน์และแรงจูงใจเพิ่มเติมจากเกณฑ์ของรัฐบาลกลาง นอกจากนี้เมืองต่างๆ ตามชายฝั่งทะเลได้จัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยี เพื่อดึงดูดโครงการลงทุนที่ใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า

ในช่วงกลางปี ค.ศ. 1986 – กลางปี ค.ศ. 1989 ปริมาณการลงทุนจากต่างประเทศยังคง อัตราการเพิ่มที่สูงมากขึ้นคือร้อยละ 30 – 40 ต่อปี เพื่อลดความร้อนแรงด้านการลงทุน รัฐบาลจีนได้เพิ่มความเข้มงวดกับการปล่อยสินเชื่อให้กับรัฐวิสาหกิจต่างๆ ทำให้การลงทุนร่วมรัฐวิสาหกิจ – ต่างชาติต้องชะลอตัวลงกลางปี ค.ศ. 1986 อย่างไรก็ตามในช่วงเวลานี้ได้เกิดปัญหาการคอร์รัปชันที่ระบาดไปทั่วประเทศ นักศึกษาได้ชุมนุมประท้วงและยื่นข้อเรียกร้องให้รัฐบาลจัดการปัญหาเหล่านั้น โดยด่วน แต่แล้วรัฐบาลก็ได้ใช้กำลังเข้าปราบปรามนักศึกษาในวันที่ 4 มิถุนายน ค.ศ. 1989

ภายหลังเหตุการณ์วิกฤตการณ์เทียนอันเหมิน การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศซบเซาลง แต่แล้วไม่นานก็มีเหตุการณ์สำคัญที่ช่วยหันเหความสนใจของชาวโลกต่อเหตุการณ์เทียนอันเหมินในจีนคือการแตกสลายของอดีตสหภาพโซเวียต การสูญเสียอำนาจของผู้นำเผด็จการในยุโรปตะวันออก ประเทศแล้วประเทศเหล่า รวมทั้งวิกฤตการณ์อ่าวเปอร์เซีย ซึ่งในช่วงนี้เองรัฐบาลจีนได้ถือโอกาสอยู่อย่างเงียบๆ ในการทบทวนปัญหาของตนเองและปรับปรุงนโยบายส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศอีกครั้ง

4.1.3 ระยะเวลาปรับปรุงกฎระเบียบ (ค.ศ. 1990 – 2000)

ในเดือนเมษายน ค.ศ. 1990 รัฐบาลจีนได้ประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยความร่วมทุนเรือนหุ้น ฉบับแก้ไขปรับปรุง โดยจุดแก้ไขที่สำคัญ ได้แก่ การยกเลิกกำหนดเวลาสิ้นสุดของการร่วมทุนในบางประเภท โดยอนุญาตให้ต่างชาติเป็นประธานบอร์ดของบริษัทร่วมทุน โดยอนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นได้ ร้อยละ 25 – 90 ต่อมาในเดือนเมษายน ค.ศ. 1991 ประกาศใช้ The Unified Income Tax Law เพื่อใช้แทนกฎหมายฉบับเดิมว่าด้วยภาษีรายได้ของบริษัทต่างชาติและบริษัทร่วมทุนที่ใช้มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1980 เพื่อให้การเก็บภาษีเงินได้เป็นมาตรฐานเดียวกันสำหรับการลงทุนแบบต่างๆ การผ่อนคลายการปล่อยสินเชื่อสำหรับผู้ร่วมทุนฝ่ายจีน รวมทั้งผ่อนคลายให้มีการขายบางส่วนในตลาดจีน ในปลายปี ค.ศ. 1990 มีการประกาศเปิดเขตเศรษฐกิจใหม่ผู้ตง (Podong New Economic Area) ที่เซี่ยงไฮ้ เพื่อดึงดูดการลงทุนที่ใช้เทคโนโลยีก้าวหน้า โดยเสนอสิทธิประโยชน์ที่สูงกว่า 5 เขตเศรษฐกิจพิเศษ

ต้นปี ค.ศ. 1992 เต็งเสี่ยวผิง เดินทางไปเขตเศรษฐกิจพิเศษทางตอนใต้ และประกาศให้มีการเร่งรัดการปฏิรูปต่อไป รัฐบาลจีนได้ผ่อนปรนให้นักลงทุนบางรายลงทุนในสาขาอื่นๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ การเปิดธนาคารของต่างประเทศ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การตั้งบริษัทโฮลดิ้ง ธุรกิจขายปลีก ธุรกิจให้คำปรึกษาการลงทุน การลงทุนด้านสาธารณูปโภค และเปิดตลาดหลักทรัพย์ที่เซี่ยงไฮ้ ต่อมาในเดือน

กันยายนของปีเดียวกัน รัฐบาลจีนประกาศใช้กลยุทธ์ระบบเศรษฐกิจตลาดแบบสังคมนิยม และสร้างระบบกฎหมายเพื่อให้การทำงานของตลาดมีมาตรฐาน และในปี ค.ศ. 1993 มีการปรับปรุงระบบภาษี การปรับลดอัตราภาษีสินค้าเข้า ปรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและอัตราของเงินหยวนให้ใกล้เคียงกัน อีกทั้งในกลางปี ค.ศ. 1995 จีนได้ประกาศว่าตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 (ค.ศ. 1996 - 2000) มีการกำหนดประเภทของอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษในเขตพื้นที่ที่กำหนด โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางภาคตะวันตกของจีน ได้แก่ เกษตรกรรม ไทโรคมนาคม การขนส่ง ถ่านหิน ไฟฟ้า น้ำมัน รัฐบาลตั้งเป้าหมายว่าในระยะยาวธุรกิจการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและธุรกิจของประชาชนจีนต้องแข่งขันบนพื้นฐานที่เท่าเทียมกัน สิทธิประโยชน์ต่างๆ ในเขตส่งเสริมต่างๆ จะค่อยลดลงไปจนหมดสิ้น เพื่อให้การลงทุนจากต่างประเทศมีแต่โครงการที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว ปัจจุบันธุรกิจการลงทุนต่างชาติในเขตส่งเสริมภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 15 – 25 ขณะธุรกิจจีนรวมทั้งรัฐวิสาหกิจเสียภาษีร้อยละ 30 -33

4.1.4 ระยะเดินหน้าเต็มสูบ (ค.ศ. 2001 – ปัจจุบัน)

ประเทศจีนเข้าเป็นสมาชิกของ WTO ในปลายปี ค.ศ. 2001 จึงต้องมีการปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ รวมทั้งมาตรการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศให้สอดคล้องกับกฎระเบียบและกติกาของ WTO และความต้องการของการพัฒนาประเทศ โดยยังคงมีการแบ่งโครงสร้างการลงทุนตามระดับความเข้มงวดของการส่งเสริมการอนุญาตออกเป็น 4 ประเภทได้แก่ กิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุน กิจกรรมที่ได้รับการอนุญาต กิจกรรมที่ได้รับอนุญาตในขอบเขตจำกัด และกิจกรรมที่ต้องห้าม นอกจากนี้ได้มีการเพิ่มการสนับสนุนเป็นพิเศษสำหรับการลงทุนในภาคกลางและภาคตะวันตกของจีน ซึ่งมีความเจริญทางเศรษฐกิจน้อยกว่าภาคตะวันออก โดยมีการให้สิทธิพิเศษและเงื่อนไขการลงทุนที่ผ่อนปรนแก่นักลงทุนต่างชาติในภาคตะวันตกมากกว่าที่ให้ในภาคตะวันออก (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2548 : 232 - 237)

4.2 นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน(จีนเป็นสมาชิก

WTO)

ประเทศจีนได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ WTO ตั้งแต่วันที่ 11 ธันวาคม ค.ศ. 2001 จึงนับเป็นอีกก้าวหนึ่งของการพัฒนาประเทศบนพื้นฐานของกติกาสากลที่จีนต้องปฏิบัติตามเพื่อเพิ่มสมรรถนะด้านการแข่งขันและอำนาจต่อรองบนเวทีการค้าโลก โดยในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกขององค์การ

การค้าโลก ต้องมีการเจรจาทั้งในระดับสองฝ่ายและหลายฝ่ายภายใต้กรอบการค้าเนงานของ คณะทำงานว่าด้วยการเข้าเป็นสมาชิก เมื่อสามารถสรุปผลการเจรจาได้ทั้ง 2 ระดับ คณะทำงานจะ รายงานผลต่อคณะมนตรีใหญ่ (General Council) เพื่อพิจารณาตัดสินใจการเป็นสมาชิกต่อไป ซึ่งผลการ เจรจาลที่สำคัญในการเปิดตลาดจีน มีดังต่อไปนี้

การเจรจาสองฝ่ายกับประเทศสมาชิก WTO

ในการเจรจามีครเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน ประเทศสมาชิก WTO รวมกัน 38 ประเทศ ได้ยื่นขอเจรจาสองฝ่าย (Bilateral) เพื่อขอให้จีนลดภาษีและมาตรการที่มีโทษภาษี ที่ใช้กับสินค้าที่แต่ละ ประเทศส่งออกไปจีน โดยได้จัดทำรายการสินค้าที่จะลดหย่อนภาษี (Request Lists) ให้จีนพิจารณา และใช้หลักพื้นฐานในการเจรจาระหว่างกัน โดยที่สามารถสรุปผลการเจรจาสองฝ่ายของจีนได้เมื่อวันที่ 17 กันยายน ค.ศ. 2001 และในส่วนของที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยมีผลของการเจรจาร่วมกัน (ตามตารางที่ 4.1) ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการเจรจารายการสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อไทยในการเข้าสู่จีน

ประเภท	ข้อตกลง
1.การค้าสินค้า 1.1 มาตรการด้านภาษี	<ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าเกษตร จีนลดภาษีให้ไทย 39 รายการ อัตรา ภาษีลดลงจากอัตราเฉลี่ย 41.9% เหลือ 16.9% ที่ สำคัญได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ อัตราภาษีลดลงจาก 10% - 20% เหลือ 5% - 10% - ลำไยสด อัตราภาษีลดลงจาก 30% เหลือ 12% 2. สินค้าประมง ลดภาษีสูงสุดแซ่เย้นแซ่แข็งให้ไทยรวม 12 รายการ อัตราภาษีลดลงจากอัตราเฉลี่ย 22.9% เหลือ 10.3% 3. สินค้าอุตสาหกรรม จีนลดภาษีให้ไทย 85 รายการ โดยอัตราภาษีลดลงจากอัตราเฉลี่ย 25.9% เหลือ 11.8% เช่น สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ในท้องถิ่น เครื่องใช้บน โต๊ะอาหาร เครื่องครัวและเครื่องสุขภัณฑ์ เป็นต้น

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการเจรจารายการสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อไทยในการเข้าสู่จีน
(ต่อ)

ประเภท	ข้อตกลง
1.2 มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี	<p>จีนปรับมาตรการนำเข้าข้าวและน้ำตาลจากระบบโควตามาเป็นการใช้โควตาภาษี</p> <p>1. ข้าว จีนกำหนดโควตาเริ่มต้นสำหรับข้าว และผลิตภัณฑ์ข้าวในปี ค.ศ. 2000 ไว้ 2.66 ล้านตัน แบ่งเป็นโควตาข้าวเมล็ดยาว และข้าวเมล็ดสั้น/เมล็ดกลางอย่างละครึ่ง และจะขยายโควตาเพิ่มขึ้นเป็น 5.32 ล้านตันในปี ค.ศ. 2004 โดยจะเรียกเก็บภาษีนำเข้าข้าวในโควตา 1% และผลิตภัณฑ์ข้าว 9% รวมทั้งในภาคเอกชนสามารถนำเข้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวได้ถึง 50% ของปริมาณโควตาที่กำหนด</p> <p>2. น้ำตาล จีนกำหนดโควตานำเข้าเริ่มต้นไว้ 1.6 ล้านตันต่อภาษี 30% และจะเพิ่มโควตาเป็น 1.945 ล้านตันในปี ค.ศ. 2004 โดยลดลงเหลือ 20% ทั้งนี้หากจีนมีการส่งน้ำตาลที่นำเข้าออกนอกประเทศ (re - export) เป็นจำนวนมากกว่าปกติ จีนจะให้โอกาสไทยหารือเพื่อมิให้กระทบต่อการส่งออกของไทย</p> <p>3. ยางพารา จีนตกลงที่จะลดภาษีนำเข้ายางพาราจาก 30% เหลือ 20% ทันทีที่จีนเข้าเป็นสมาชิก WTO โดยกำหนดโควตาในปีที่เริ่มต้นไว้ 429,000 ตัน โดยจะขยายโควตาเพิ่มขึ้น 15% ต่อปีและจะยกเลิกโควตาตั้งแต่วันที่ ค.ศ. 2004 เป็นต้นไป</p>
2. ด้านการค้าบริการ	<p>จีนเปิดตลาดการค้าบริการสาขาการท่องเที่ยว กิจการโรงแรมและภัตตาคาร</p> <p>1. โรงแรมและภัตตาคาร นักลงทุนไทยสามารถเข้าไปร่วมลงทุนในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร โดยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้และหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ได้แล้ว 4 ปี จีนจะอนุญาตให้เปิดสาขาย่อยโดยต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของได้ 100% ทั้งนี้ จีนยังไม่อนุญาตให้บุคคลธรรมดาเข้าไปประกอบธุรกิจโรงแรม</p>

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการเจรจารายการสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อไทยในการเข้าสู่จีน
(ต่อ)

ประเภท	ข้อตกลง
	<p>และภัตตาคาร ยกเว้นการเคลื่อนย้ายชั่วคราวของพนักงานระดับผู้จัดการ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริการอาวุโสและพ่อครัว ซึ่งมีสัญญากับบริษัทร่วมทุนของโรงแรมและภัตตาคารของจีนเท่านั้น</p> <p>2.บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจีนอนุญาตให้ต่างชาติที่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดและรวมทุนกับจีนตั้งบริษัทนำเที่ยวในเขตที่พิกัดต่างอากาศ ซึ่งกำหนดโดยรัฐบาลจีนและในเมืองปักกิ่ง ซีอาน เซียงไฮ้ และกวางโจว โดยหลังจากจีนเขาเป็นสมาชิกของ WTO ได้ 3 ปีแล้ว จึงจะอนุญาตให้ถือหุ้นรายใหญ่ ทั้งนี้ จีนยังไม่อนุญาตให้นำนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปต่างประเทศ รวมทั้งฮ่องกง มาเก๊าและไต้หวัน</p>

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2546 : 18-19.

การเจรจาในภาพรวม ข้อผูกพันด้านการค้าบริการ

การเปิดตลาดการค้าบริการ เป็นการลดข้อจำกัดในด้านการเข้าสู่ตลาด (Market Access) ด้านบริการ และให้การปฏิบัติที่เท่าเทียมกันระหว่างบริการหรือผู้ให้บริการของประเทศสมาชิก WTO กับผู้ให้บริการของประเทศอื่นๆ ที่เป็นสมาชิก WTO หากประเทศสมาชิกยังต้องการคงไว้ซึ่งข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดและการไม่สามารถให้การปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติต่อบริการหรือผู้บริการต่างชาติได้ในสาขาบริการ/กิจกรรมใดๆ ก็ให้ระบุไว้ในตารางข้อผูกพันการเปิดตลาดบริการของประเทศตน ทั้งนี้ การเปิดตลาดบริการจะประกอบไปด้วย 2 เงื่อนไข คือ เงื่อนไขโดยรวม (Horizontal Commitments) และเงื่อนไขเฉพาะสาขา (Specific Commitments)

ฉะนั้น การเปิดตลาดการค้าบริการของจีนต้องสอดคล้องกับลักษณะดังกล่าวข้างต้น โดยจีนได้ผูกพันการเปิดตลาดไว้ 9 สาขา ได้แก่ สาขาธุรกิจ สื่อสารคมนาคม การก่อสร้างและบริการที่

เกี่ยวเนื่องกับการก่อสร้าง การจัดจำหน่าย การศึกษา สิ่งแวดล้อม การเงิน ท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว และการขนส่ง ซึ่งครอบคลุมกว่า 100 กิจกรรม โดยมีเงื่อนไขสรุปได้ดังนี้ (ตามตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 สรุปเงื่อนไขข้อผูกพันด้านการค้าบริการในจีน

เงื่อนไขโดยรวม (Horizontal Commitments)	เงื่อนไขเฉพาะสาขา (Specific Commitments)
<p>เงื่อนไขที่สำคัญ คือ</p> <p>1. การจัดตั้งธุรกิจเพื่อให้บริการ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - การกำหนดสัดส่วนการลงทุนของต่างชาติสำหรับการร่วมทุนกับจีน โดยต่างชาติถือหุ้นได้ไม่น้อยกว่า 25% ของทุนจดทะเบียน - อนุญาตให้ต่างชาติเข้ามาจัดตั้งสำนักงานตัวแทน (Representative Office) ในจีนได้ แต่จะต้องไม่ประกอบธุรกิจที่แสวงหากำไร ยกเว้น สำนักงานตัวแทนด้านบริการทางกฎหมาย บริการด้านบัญชี ตรวจสอบบัญชี การจัดทำบัญชี บริการด้านภาษี และบริการให้คำปรึกษาด้านการจัดการที่สามารถประกอบธุรกิจที่แสวงหากำไรได้ <p>2. การเข้ามาให้บริการของบุคคลธรรมดา</p> <ul style="list-style-type: none"> - จีนอนุญาตให้บุคคลธรรมดาเข้ามาให้บริการในจีนได้ เฉพาะผู้จัดการ ผู้บริหาร แพะผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นลูกจ้างของบริษัทที่เข้ามาจัดตั้งธุรกิจในจีน โดยมีลักษณะเป็นการโอนย้ายภายในบริษัท (intra-corporate transferees) บุคคลเหล่านี้จะมีเวลาในการพำนัก 3 ปี <p>นอกจากนี้ จีนยังมีการกำหนดเงื่อนไขการใช้ที่ดินของธุรกิจต่างชาติซึ่งจะมีระยะเวลาที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ (เช่น เพื่ออยู่อาศัย พาณิชยกรรม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การศึกษา เป็นต้น) ตลอดจนการให้การอุดหนุน</p>	<p>เป็นเงื่อนไขการเปิดตลาดเฉพาะสาขาบริการ/กิจกรรมใดๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากเงื่อนไขโดยรวม</p> <p>เงื่อนไขส่วนใหญ่จะเป็นการให้คำมั่นสัญญาว่าจีนจะเปิดตลาดอย่างเป็นขั้นตอน (phase - in) เช่น จีนอนุญาตให้ต่างชาติเข้ามาจัดตั้งบริษัทโฆษณาได้โดยการร่วมทุน ซึ่งต่างชาติจะถือหุ้นได้ไม่เกิน 49% แต่ภายใน 2 ปีหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO จีนจะยินยอมให้ต่างชาติถือหุ้นรายใหญ่ได้ และภายใน 6 ปีหลังจากจีนเข้ามาเป็นสมาชิก WTO ต่างชาติสามารถเข้ามาจัดตั้งสาขาย่อยโดยเป็นเจ้าของได้ 100% (wholly foreign – owned enterprises)</p>

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2546 : 23.

สิทธิและข้อผูกพันของจีนในภาพรวม

การเข้าเป็นสมาชิกของ WTO ของจีน ส่งผลให้จีนได้รับสิทธิในการส่งออกสินค้า/บริการไปยังประเทศสมาชิก WTO ด้วยกัน โดยจีนต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกับสมาชิกอื่นๆ (หลักการ Most – Favored – Nation Treatment – MFN) และสินค้า/บริการที่จีนส่งออกจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างทัดเทียมกับสินค้า/บริการชนิดเดียวกันกับที่ผลิตในประเทศที่เป็นตลาดส่งออกนั้นๆ (หลักการ National Treatment) หรืออีกนัยหนึ่ง รัฐบาลของประเทศดังกล่าวจะต้องใช้กฎระเบียบและมาตรการทางเศรษฐกิจการค้ากับประเทศสมาชิก WTO รวมทั้งจีนอย่างทัดเทียมกัน และใช้กับสินค้า/บริการของประเทศสมาชิก WTO รวมทั้งจีนอย่างทัดเทียมกับสินค้า/บริการที่ผลิตหรือให้บริการโดยอุตสาหกรรมในประเทศ ดังนั้น จีนในฐานะประเทศสมาชิก WTO จึงมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากข้อผูกพันในการเปิดตลาดของประเทศสมาชิก WTO อื่นๆ ขณะเดียวกันข้อผูกพันของจีนก็จะทำให้จีนต้องเปิดตลาดในประเทศ ซึ่งจะทำให้มีการแข่งขันในประเทศจีนอย่างเข้มข้นยิ่งขึ้น นอกจากนี้การปรับกฎระเบียบด้านเศรษฐกิจการค้าให้สอดคล้องกับ WTO จะช่วยปรับสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจภายในประเทศจีน และเป็นแรงดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศที่จะส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจจีนด้วย การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีนจึงเป็นการเพิ่มโอกาสในการทำการค้าและการลงทุนกับต่างประเทศ ทั้งที่เป็นโอกาสของฝ่ายจีนเองและของชาวต่างชาติที่เข้าไปทำธุรกิจในจีนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจีนจะไม่ถูกกีดกันหรือเลือกปฏิบัติโดยขัดกับหลักการและกฎเกณฑ์ของ WTO สำหรับสิทธิที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งที่จีนได้รับ คือ สิทธิในการใช้เวที WTO สำหรับเจรจาแก้ไขและยุติข้อพิพาททางการค้ากับประเทศอื่นๆ

การปรับตัวของจีนตามกฎหมายและข้อผูกพัน WTO

จีนได้ประกาศที่จะดำเนินนโยบายเศรษฐกิจอย่างไม่เลือกปฏิบัติและโปร่งใสตามกฎหมายเกณฑ์ของ WTO โดยการเข้าเป็นสมาชิกของ WTO จะทำให้จีนต้องเปิดตลาดภายในประเทศกว้างขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องเรียนรู้วิธีการจัดการด้านเศรษฐกิจที่ซับซ้อนมากขึ้น และเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่มีการวางแผนจากส่วนกลางมาเป็นระบบที่อยู่บนพื้นฐานของกฎหมายและกฎเกณฑ์ของ WTO การปรับตัวของจีนเพื่อให้พร้อมรับสถานการณ์ดังกล่าวในมิติภาคบริการและภาคการตลาดมีมาตรการที่สำคัญ ได้แก่

ภาคบริการ

- พัฒนาเทคโนโลยีด้านโทรคมนาคมและการสื่อสาร และการให้บริการด้านสารสนเทศ

- ปรับปรุงสาธารณูปโภคต่างๆ เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกในการลงทุน
 - พัฒนาระบบการธนาคารทางโทรศัพท์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ต
- ภาคการตลาด
- พยายามรักษาและขยายตลาดส่งออกเพื่อเพิ่มความสามารถแข่งขันในตลาดโลก
 - ส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี และขจัดปัญหาข้อพิพาทการค้าต่างๆ
- ปรับปรุงระบบการบริหารและการค้าเสรีกับต่างประเทศมากขึ้นเพื่อให้บริษัทต่างๆ มีความสะดวกและคล่องตัว
 - ให้ธุรกิจร่วมทุนกับต่างประเทศมีบทบาทมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจการค้า เช่น การค้าระหว่างประเทศ การค้าปลีก และการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
 - ลดขั้นตอนการนำเข้า/ส่งออก และลดจำนวนสินค้าที่ต้องขออนุญาต เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และมีความโปร่งใสมากขึ้น

ต่อมาภายหลังจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO อย่างเป็นทางการ จีนได้ทยอยเตรียมการและออกประกาศต่างๆ เพื่อปฏิบัติตามพันธกรณี ดังนี้

1) เริ่มการลดภาษีนำเข้าสินค้าต่างๆ จำนวน 5,300 รายการ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2002 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 73% ของพิกัดสินค้าทั้งหมด โดยลดจากอัตราเฉลี่ย 15.3% เหลือ 12% ภายในสิ้นปี ค.ศ. 2002 ทั้งนี้ อัตราภาษีสินค้าเกษตรกรรมโดยเฉลี่ยจะลดลงเหลือ 15.8% สินค้าสัตว์น้ำเหลือ 14.3% และสินค้าอุตสาหกรรมเหลือ 11.6%

2) จีนมีข้อผูกพันที่จะต้องเปิดเสรีด้านการธนาคาร โดยอนุญาตให้ต่างชาติเข้ามาร่วมถือหุ้นได้หลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO แล้ว 5 ปี ซึ่งจีนได้ปรับปรุงธนาคารพาณิชย์ของรัฐ โดยการปรับปรุงระบบการบริหารให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ปรับโครงสร้างเป็นองค์กรนิติบุคคล เพื่อให้ประชาชนหรือชาวต่างชาติเข้าร่วมถือหุ้นได้ เป็นต้น

3) จีนได้ตั้งหน่วยงานขึ้นใหม่ ดังนี้ Department of the World Trade Organization Affairs เพื่อรับผิดชอบการเจรจาภายใต้กรอบงานของ WTO และความสัมพันธ์ระหว่างจีนกับ WTO, China Notification and Enquiry Centre รับผิดชอบงานเกี่ยวกับการแจ้ง การตอบข้อซักถาม และการทบทวนนโยบายทางการค้าของจีน และ Bureau of Fair Trade for Imports and Exports รับผิดชอบในเรื่องการต่อต้านการทุ่มตลาด การอุดหนุน และมาตรการคุ้มครองต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกของจีน

4) จีนได้แก้ไขกฎหมายรวม 6 ฉบับ เกี่ยวกับการใช้เงินทุนต่างชาติและการคุ้มครองทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา ให้สอดคล้องกับกฎหมายของ WTO ได้แก่ The Law on Chinese – Foreign Equity Joint Ventures, The Law Trademark Law and the Copy Right Law, The Law on Chinese – Foreign Contractual Joint Ventures, The Law on Foreign – Capital Enterprises, The Patent Law. (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2546 : 17-27)

4.3 นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน (เขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน)

นอกจากพันธกรณีภายใต้การเป็นสมาชิก WTO แล้ว เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ได้มีการลงนามกรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน (Framework Agreement on ASEAN-Chian Comprehensive Economic Cooperation) เมื่อ 4 พฤศจิกายน ปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ. 2545) เพื่อเป็นกรอบและแนวทางการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ที่ครอบคลุมทั้งเรื่องการเปิดเสรีการค้า การค้าบริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจต่างๆ และต่อมาจีนได้สรุปการเจรจาและลงนามในความตกลงด้านการค้าสินค้าระหว่างอาเซียน – จีน (Agreement on Trade in Goods of the Framework Agreement Comperhensive Economic Co-operation between the ASEAN and China) ในระหว่างการประชุมสุดยอดอาเซียน-จีน เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน ค.ศ. 2004 (พ.ศ. 2547) ณ กรุงเวียงจันทน์ ประเทศลาว

การเปิดเสรีด้านการค้าบริการ อาเซียนและจีน ได้ลงนามความตกลงด้านการค้าบริการ พร้อมข้อผูกพันการเปิดตลาด กลุ่มที่ 1 เมื่อวันที่ 14 มกราคม ค.ศ. 2012 (พ.ศ. 2555) ณ เมืองเซบู สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ โดยความตกลงครอบคลุมธุรกิจบริการภาคเอกชนทุกสาขา โดยไม่ครอบคลุมการให้บริการและการจัดซื้อบริการโดยรัฐ สำหรับข้อผูกพันการเปิดตลาดกลุ่มแรก ประเทศสมาชิกอาเซียนรวมทั้งไทย เสนอผูกพันเปิดตลาดในระดับสูงกว่าที่เปิดภายใต้ WTO ครอบคลุมกิจกรรมบริการบางประเภท ในสาขาวิชาชีพ การศึกษา บริการด้านสุขภาพ การท่องเที่ยว และการขนส่งสินค้าทางเรือ สำหรับเสนอเปิดตลาดเพิ่มเติม จากข้อผูกพันภายใต้ WTO ให้ครอบคลุมกิจกรรมในสาขาบริการด้านคอมพิวเตอร์ บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ บริการการขนส่งทางถนน และบริการธุรกิจอื่นๆ

ปัจจุบันอาเซียนและจีน รวมทั้งไทย มีกำหนดร่วมมือทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะใน 5 สาขา ได้แก่ เกษตรกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การลงทุน การพัฒนาแม่น้ำโขง และความร่วมมือทางด้านต่างๆ อาทิเช่น ศุลกากร การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา การจัดตั้งศูนย์ การในการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมการค้าการลงทุน การพัฒนาการตกลงให้มีการยอมรับการร่วมมือกัน(Mutual Recognition Arrangements :MRA) การดำเนินการจามแผนงานในกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง และการให้ความช่วยเหลือประเทศสมาชิกใหม่อาเซียน

4.4 สรุปกรอบข้อตกลงการค้าบริการจีนกับไทย ภายใต้กรอบ WTO และ เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน

สำหรับจีนกับไทยนั้น มีการเปิดตลาดในภาคบริการระหว่างกัน 2 เวที คือ 1)ในฐานะสมาชิก WTO ซึ่งจีนไม่ได้เปิดให้กับไทยโดยเฉพาะ แต่ประเทศสมาชิกอื่นก็สามารถใช้ประโยชน์จากข้อตกลงนี้ในการเข้าสู่ตลาดจีนได้ด้วยเช่นกัน และ 2)ข้อตกลงระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียนกับจีน (ACFTA)ซึ่งจีนเปิดให้เฉพาะประเทศสมาชิกอาเซียนรวมทั้งไทยด้วย

พันธกรณีในฐานะสมาชิก WTO

การค้าบริการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเจรจาการค้าในกรอบ WTO ตั้งแต่ปี 2538 เมื่อเกิดความตกลงที่เรียกว่า GATS (General Agreement on Trade in Services) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างในด้านสินค้าที่ต้องการลดอุปสรรคทางการค้าด้วยวิธีลดภาษีศุลกากร เนื่องจากการค้าบริการไม่อาจปิดกั้นด้วยมาตรการอย่างภาษี แต่ประเทศที่ต้องการควบคุมการให้บริการของต่างชาติภายในประเทศจะทำได้ด้วยการใช้กฎหมายและกฎระเบียบภายในเป็นหลัก เช่น การจำกัดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติในบริษัท การห้ามธุรกิจต่างชาติขยายสาขา เป็นต้น การเจรจาการค้าบริการจึงเป็นการเจรจา ด้านกฎระเบียบ เช่น เรียกร้องให้ลดข้อจำกัดทางกฎหมายในการให้ต่างชาติเข้าสู่ตลาดยกเลิกมาตรการที่ปฏิบัติต่อธุรกิจต่างชาติไม่เท่าเทียมกับธุรกิจภายในประเทศ รวมไปถึงให้คำมั่นสัญญาในความโปร่งใสและคาดการณ์ได้ของมาตรการต่างๆ ที่ทางการจะนำมาใช้ในอนาคต ข้อตกลง GATS สร้างข้อผูกพันต่อประเทศสมาชิก WTO ทั้งหมด รวมทั้งไทยและจีน มีหลักการสำคัญ ดังนี้

- 1) การไม่เลือกปฏิบัติ (Non-discrimination) : สมาชิกจะต้องปฏิบัติต่อประเทศ

สมาชิกเท่าเทียมกัน เช่น จีนจะต้องปฏิบัติต่อร้านอาหารของคนไทยเท่าเทียมกับร้านอาหารของคนญี่ปุ่น และต้องปฏิบัติต่อคน/ธุรกิจต่างชาติ เท่าเทียมกับคน/ธุรกิจของประเทศตนเอง เช่น ต้องปฏิบัติต่อร้านอาหารของคนไทยและญี่ปุ่นเท่าเทียมกับร้านอาหารของคนจีน ยกเว้น แต่มีการกำหนดเงื่อนไขไว้ในข้อตกลงเฉพาะรายสาขา

2) การเปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไป (Progressive Liberalization) : ให้

สามารถเลือกเปิดตลาดในความเร็วที่เหมาะสมต่อระดับการพัฒนาของประเทศไทย และให้ความยืดหยุ่นกับประเทศกำลังพัฒนาเปิดตลาดในจำนวนสาขาที่น้อยกว่าประเทศพัฒนาแล้วได้

3) การเปิดตลาดแบบมีเงื่อนไข (Conditional Market Access): ประเทศ

สามารถกำหนดได้ว่าจะเปิดให้ต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจได้หรือไม่ เพียงใด เป็นเวลาเท่าใด โดยที่เงื่อนไขการจำกัดการเข้าสู่ตลาดจะทำได้ในบางรูปแบบเท่านั้น รวมไปถึงเงื่อนไขในการปฏิบัติต่อต่างชาติซึ่งอาจไม่เท่าเทียมกับธุรกิจ/คนของประเทศตนเองได้ แต่ต้องระบุไว้ให้ชัดเจนในตารางข้อผูกพัน

4) สิทธิในการกำหนดกฎระเบียบภายในประเทศ (Right to Regulate):

ประเทศมีสิทธิเต็มที่ในการกำหนดกฎระเบียบภายในประเทศเพื่อใช้กำกับภาคบริการให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศได้ตลอดเวลา แม้จะในสาขาที่มีข้อผูกพันอยู่แล้วก็ตาม แต่จะต้องไม่เลือกปฏิบัติ

5) ความโปร่งใส (Transparency) : ประเทศจะต้องตีพิมพ์และเผยแพร่

กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และต้องแจ้ง WTO หากมีการปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงมี enquiry point เพื่อตอบคำถามสมาชิกอื่นๆ

ข้อตกลง GATS ยังเป็นประโยชน์ในแง่ความโปร่งใส เช่น ถ้าจีนมีการออกกฎระเบียบหรือมาตรการใหม่ๆ เพื่อบังคับใช้ต่อธุรกิจบริการไม่ว่าจะใช้เฉพาะกับธุรกิจ/คนต่างชาติหรือไม่ ก็จำเป็นต้องเผยแพร่ต่อสาธารณะ แต่ตอบคำถามเมื่อได้รับการร้องขอได้ จึงนับว่าแม้จะมีกฎระเบียบที่เป็นเงื่อนไขหรือจำกัดการประกอบธุรกิจของต่างชาติได้ แต่ก็อยู่ในกติกาเดียวกัน นอกจากนี้ความตกลง GATS ยังประกอบด้วย ข้อผูกพันที่ระบุเงื่อนไขการเปิดตลาดของแต่ละประเทศสมาชิกทั้งโดยทั่วไป (horizontal commitment) และเฉพาะรายสาขา (specific commitment) ซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกันในแต่ละประเทศสมาชิก ขึ้นอยู่กับว่าพร้อมที่จะเปิดในสาขาใด และในระดับใด ตามหลักการเปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไป และการเปิดเสรีโดยเงื่อนไขของ GATS และเพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันในการเจรจา GATS จึงแบ่งประเภทบริการออกเป็นสาขาหลัก 12 สาขา ได้แก่

1) สาขาบริการธุรกิจ (Business Services) ได้แก่ สาขาวิชาชีพ (Professional Service) เช่น ผู้ประกอบวิชาชีพกฎหมาย นักบัญชี วิศวกร สถาปนิก บริการคอมพิวเตอร์และบริการที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ (Computer and Related Service) บริการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Service) บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Service) บริการการให้เช่า/เช่าซื้อ เช่น เช่าเครื่องบิน เรือ เครื่องจักร และบริการธุรกิจอื่นๆ (Other Business Service) เช่น บริการเกี่ยวกับการโฆษณา บริการให้คำปรึกษา บริการทำความสะอาด ฯลฯ

2) สาขาบริการด้านการสื่อสาร (Communication Services) ได้แก่ บริการไปรษณีย์ (Postal Services) บริการรับส่งวัสดุภัณฑ์ (Courier Services) บริการด้านโทรคมนาคม (Telecommunication Services) เช่น โทรศัพท์ โทรเลข โทรสาร บริการโสตทัศน (Audiovisual Services) เช่น รายการวิทยุ โทรทัศน์ ทั้งด้านการผลิตทุกขั้นตอน การแพร่ภาพ จัดฉาย การจำหน่าย

3) สาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง (Construction and Related Engineering Services) ได้แก่ การก่อสร้างอาคาร (General Construction Work for Buildings) งานก่อสร้างสำหรับวิศวกรรมโยธา (General Construction Work for Civil Engineering) งานติดตั้ง และการประกอบชิ้นส่วนเครื่องจักร (Installation and Assembly Work) การเก็บรายละเอียด งานก่อสร้าง (Building Completing and Finishing Work)

4) สาขาบริการจัดจำหน่าย (Distribution Services) ได้แก่ บริการตัวแทนจำหน่าย (Commission Agents' Services) บริการขายส่ง (Wholesale Service) บริการขายปลีก (Retailing Service) บริการการให้สิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่าย (Franchising)

5) สาขาบริการด้านการศึกษา (Educational Services) ได้แก่ โรงเรียน สถาบันกวดวิชา สถาบันสอนภาษา สถาบันวิชาชีพเฉพาะ ตั้งแต่ระดับประถมจนถึงอุดมศึกษา รวมไปถึงการศึกษานอกระบบ เช่น การศึกษาผู้ใหญ่ หรือการศึกษาตลอดชีพ

6) สาขาบริการด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Services) ได้แก่ การป้องกันและกำจัดมลพิษ และของเสียทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็น น้ำเสีย อากาศเสีย ขยะ มลพิษทางดิน มลพิษทางเสียง รวมไปถึงการให้คำปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อม การคุ้มครองธรรมชาติ และภูมิทัศน์

7) สาขาบริการทางการเงิน (Financial Services) ได้แก่ การบริการด้านการประกันภัยทุกประเภท (All Insurance and Insurance-Related Services) และการบริการด้านการให้สินเชื่อ (Lending of All Types) บริการเกี่ยวกับหลักทรัพย์ รวมถึงการค้าประกัน การบริการสินทรัพย์ (Asset management) บริการข้อมูลทางการเงินและการประมวลผลข้อมูล การให้คำปรึกษาทางการเงิน

8) สาขาบริการด้านสุขภาพและด้านสังคม (Health Related and Social Services) ได้แก่ บริการโรงพยาบาล (Hospital Services) การให้บริการด้านสุขภาพอื่นๆ (Other Human Health Services) เช่น นวดแผนโบราณ สปา การบริการสังคม (Social Services) เช่น การบริการดูแลผู้สูงอายุ การดูแลผู้พิการ

9) สาขาบริการด้านการท่องเที่ยว (Tourism and Travel Related Services) ได้แก่ บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตั้งแต่การติดต่อนักท่องเที่ยว จัดโปรแกรม จนถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว เช่น บริการโรงแรมและภัตตาคาร (Hotel and Restaurants) ซึ่งรวมถึงบริการที่โรงแรมมีบริการ เช่น จัดเลี้ยงอาหาร รายการบันเทิง บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและประกอบการนำเที่ยว (Travel Agencies and Tour Operators Services) บริการนำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ (Tourist Guides Services)

10) สาขาบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการศึกษา (Recreational, Cultural and Sporting Services-other than audiovisual services) ได้แก่ บริการด้านการบันเทิง รวมถึงโรงภาพยนตร์ การแสดงละคร การแสดงสด และละครสัตว์ (Entertainment Services including theatre, live bands and circus services) บริการสำนักข่าว (News agency services) เช่น สำนักข่าว CNN สำนักข่าว AP เป็นต้น บริการห้องสมุด เอกสาร พิพิธภัณฑสถาน และบริการทางวัฒนธรรมอื่นๆ (Libraries, Archives, Museums and Other Cultural Services) บริการด้านกีฬาและนันทนาการอื่นๆ (Sporting and Other Recreational Services)

11) สาขาบริการขนส่ง (Transport Services) ได้แก่ บริการขนส่งทางทะเล (Maritime Transport Services) เช่น ขนส่งผู้โดยสาร ขนส่งสินค้า การลากจูงเรือระหว่างประเทศบริการขนส่งทางน้ำภายในประเทศ (Internal Waterways Transport) บริการขนส่งทางอากาศ (Air Transport Services) บริการขนส่งทางอวกาศ (Space Transport) บริการขนส่งทางรถไฟ (Rail Transport Services) บริการขนส่งทางบก (Road Transport Services) บริการขนส่งทางท่อ (Pipeline Transport) เช่น ท่อก๊าซ ท่อน้ำมัน

12) บริการอื่นนอกเหนือจากหัวข้อข้างต้น (Other Services not Included Elsewhere)

สาระสำคัญของประการหนึ่งของ GATS คือการแบ่งรูปแบบการให้บริการ (Mode of Supply) ออกเป็น 4 รูปแบบ และกำหนดข้อผูกพันแยกในแต่ละรูปแบบ ดังนี้

Mode 1 : การให้บริการข้ามพรมแดน (Cross Border Supply)

การค้าบริการที่คู่ค้าต่างอยู่ในประเทศของตนเอง เช่น การให้คำปรึกษาผ่านสื่อต่างๆบริการ โทรศัพท์ทางไกล E-learning

Mode 2 : การบริโภคในต่างประเทศ (Consumption Aboard)

การค้าบริการที่ผู้ซื้อเดินทางมาใช้บริการในประเทศของผู้ให้บริการ เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ

Mode 3 : การตั้งหน่วยธุรกิจ (Commercial Presence)

การค้าบริการที่คู่ค้าจากประเทศหนึ่งเข้าไปลงทุนทำธุรกิจในอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งอาจจะเข้าไปดำเนินธุรกิจในรูปแบบของการร่วมทุน หรือเปิดสาขา สำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ เช่น ธนาคารกรุงเทพเข้าไปเปิดสำนักงานตัวแทนในจีน

Mode 4 : การเคลื่อนย้ายบุคคลากร (Movement of Natural Persons)

การค้าบริการที่บุคคลของประเทศคู่ค้าเดินทางไปทำงานหรือให้บริการในประเทศคู่ค้า เช่น นักกฎหมาย นักบัญชี หมอนวด แพทย์ ซึ่งเป็นคนไทยเข้าไปทำงานในจีน

ทั้งนี้ วิธีการจำแนกสาขาของการบริการและรูปแบบการให้บริการเป็น 4 Mode ตามรูปแบบของ GATS นี้ เป็นต้นแบบในข้อตกลงการค้าบริการอื่นๆ รวมถึง FTA อาเซียน-จีนด้วย (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2553: 51-56)

เมื่อพิจารณาข้อผูกพันภาคบริการรายสาขาของจีนใน WTO แล้ว พบว่าจีนระบุข้อผูกพันใน 9 สาขาจาก 12 สาขาหลัก ได้แก่ 1) สาขาบริการธุรกิจ 2) สาขาบริการด้านการสื่อสาร 3) สาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง 4) สาขาบริการจัดจำหน่าย 5) สาขาบริการด้านการศึกษา 6) สาขาบริการด้านสิ่งแวดล้อม 7) สาขาบริการทางการเงิน 8) สาขาบริการด้านการท่องเที่ยว และ 9) สาขาบริการขนส่ง โดยที่ไม่ได้ตกลงผูกพันในสาขาสุขภาพและด้านสังคม สาขาบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา และสาขาบริการอื่น ในข้อผูกพันทั่วไปที่ครอบคลุมทุกสาขา (horizontal commitment) จีนได้ระบุข้อผูกพันที่ใช้สำหรับทั้ง 9 สาขาที่ตกลง เว้นแต่จะกำหนดเป็นอย่างอื่นในข้อตกลงเฉพาะของแต่ละสาขา (specific commitment) ดังนี้

- ธุรกิจที่ลงทุนโดยต่างชาติในจีน (foreign invested enterprises) หมายถึง ธุรกิจที่เป็นของต่างชาติทั้งหมด (wholly foreign-owned enterprises) และธุรกิจที่คนจีนร่วมทุนกับต่างชาติ (joint venture enterprises) โดยแบ่งเป็น การร่วมทุนโดยหุ้น (equity joint venture) หมายถึงธุรกิจที่มี

ต่างชาติถือหุ้นไม่ต่ำกว่า 25 % และการร่วมทุนโดยสัญญา (contractual joint venture) โดยมีสัญญาในการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการร่วมกัน

- ไม่ผูกพันเรื่องการตั้งสาขาของธุรกิจที่ลงทุนโดยต่างชาติ
- อนุญาตให้ธุรกิจที่ลงทุนโดยต่างชาติทำการตั้งสำนักงานตัวแทน (representative office) แต่ห้ามดำเนินกิจกรรมที่สร้างกำไร
- จำกัดระยะเวลาในการใช้ที่ดินตามวัตถุประสงค์ : 70 ปี (เพื่อการอยู่อาศัย) 50 ปี (เพื่อการอุตสาหกรรม การศึกษา วิทยาศาสตร์ วัฒนธรรม สุขภาพ และอื่นๆ) 40 ปี (เพื่อการค้า การท่องเที่ยว และนันทนาการ)
- ไม่ผูกพันเรื่องการเคลื่อนย้ายบุคคล ยกเว้น การเข้าประเทศชั่วคราวของผู้บริหารในบางกรณี
- มีเงื่อนไขในการให้การปฏิบัติที่เท่าเทียมกับคนชาติ โดยรองรับมาตรการอุดหนุนผู้ให้บริการในประเทศไทยในสาขาโลดทัศนีย์ สาขาการบิน และสาขาทางการแพทย์
- ยกเว้นข้อกำหนดในการปฏิบัติต่อประเทศสมาชิกอย่างเท่าเทียมกัน (MFN) ในสาขาการขนส่งทางเรือ โดยให้มีข้อตกลงพหุภาคีรายประเทศได้ (ปัจจุบัน จีนมีข้อตกลง cargo sharing กับ อัลจีเรีย อาร์เจนติน่า บังกลาเทศ บราซิล สหรัฐฯ ซาอุดี และไทย)

สำหรับข้อผูกพันรายสาขา สรุปได้ดังนี้

- ส่วนใหญ่ไม่มีข้อจำกัดใน Mode 1 และ 2 นอกจากบริการด้านการเงิน ซึ่งจำเป็นต้องควบคุมเพื่อเสถียรภาพทางการเงินของประเทศ
 - สาขาที่อนุญาตให้บริษัทที่เป็นของต่างชาติทั้งหมดประกอบธุรกิจ ได้แก่ วิชาชีพ กฎหมาย บัญชี บริการด้านภาษี สถาปนิก วิศวกร บริการประมวลข้อมูลโฆษณา ที่ปรึกษาด้านการจัดการ บริการวิเคราะห์ทางเทคนิค บรรจภัณฑ์ รับส่งวัสดุ บริการดูแลรักษาและซ่อมเครื่องจักร คำส่ง แฟรนไชส์ โรงแรม ร้านอาหาร การขนส่งทางรถยนต์และรถไฟ ส่วนสาขาที่เหลือส่วนใหญ่อนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้
 - ส่วนใหญ่ไม่ผูกพันใน Mode 4 ยกเว้นกรณีการเข้าประเทศชั่วคราวของผู้บริหารตามที่กำหนดไว้ในข้อผูกพันทั่วไป และมักกำหนดคุณสมบัติทางการศึกษาและประสบการณ์เพิ่มเติมในสาขาที่ต้องการความชำนาญเป็นพิเศษ เช่น บริการด้านการสื่อสาร การแปลและล่าม
- เปรียบเทียบกับภาคบริการกับไทย ซึ่งผูกพันสาขาบริการ 8 สาขา ได้แก่ 1) สาขาบริการธุรกิจ 2) สาขาบริการด้านการสื่อสาร 3) สาขาบริการทางการศึกษา 4) สาขาบริการด้านสิ่งแวดล้อม

5) สาขาบริการทางการเงิน 6) สาขาบริการด้านการท่องเที่ยว 7) สาขาบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา และ 8) สาขาบริการขนส่ง โดยไม่ผูกพันในสาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรม ที่เกี่ยวข้อง บริการจัดจำหน่าย บริการด้านสุขภาพและด้านสังคม และบริการอื่นๆ นั้น

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบการค้าภาคบริการไทยและจีน สามารถวิเคราะห์สรุปได้คือ 1) เฉพาะประเด็นการจำกัดเขตแดนการถือหุ้นของต่างชาติ อาจกล่าวได้ว่าจีนมีข้อจำกัดน้อยกว่าไทยมาก โดยสาขาที่ผูกพันเกือบทั้งหมดได้ยอมให้ต่างชาติถือหุ้นถึง 100% หรือถือหุ้นข้างมาก ในขณะที่ไทย กำหนดเขตแดนการถือหุ้นของต่างชาติไว้ไม่เกิน 49% ตามข้อกำหนดใน พ.ร.บ. ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ.2542 2) การควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างชาติของไทยกับจีนนั้นแตกต่างกัน โดยจีนไม่ได้กังวลว่าจะมีต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศ แต่ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพ และผลประโยชน์ที่ธุรกิจและคนจีนจะได้รับจากบริการของต่างชาติต่างๆ จึงมักกำหนดคุณสมบัติเพิ่มเติม เช่น เงินทุน ประสบการณ์ คุณวุฒิ และยังกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นขั้นต่ำของต่างชาติในกรณีร่วมทุนไว้ไม่ต่ำกว่า 25% ซึ่งหมายความว่า ถ้าต่างชาติจะเข้ามาประกอบธุรกิจบริการในจีน ก็จำเป็นต้องนำเงินเข้ามาในจำนวนพอสมควร นอกจากนั้น จีนยังมีกฎระเบียบภายในประเทศอีกมากมาย ซึ่งสามารถทำได้ภายใต้ข้อบทว่าด้วยสิทธิในการกำหนดกฎระเบียบภายในประเทศ (Right to Regulate) การเข้าสู่ตลาดบริการของจีนจึงไม่่ง่ายนัก แม้ว่าจะไม่มีข้อจำกัดเรื่องการถือหุ้นก็ตาม 3) ไทยและจีนให้ความสำคัญในการปกป้องทรัพยากรบุคคลของประเทศ และมักจะไม่ผูกพันใน Mode 4 นอกจากการเข้ามาชั่วคราวในกรณีผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ และเป็นการโอนย้ายภายในบริษัท และกรณีบุคคลากรที่เห็นว่าเข้ามาแล้วจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศ เช่น หมอ อาจารย์ หรือกรณีที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะและขาดแคลน (ไม่แย่งงานคนในชาติ) เช่น จีนยอมให้พ่อครัวต่างชาติเข้ามาทำงานในโรงแรมและร้านอาหารในจีนได้ การเข้าไปทำงานในจีนจึงยังมีอุปสรรค และโอกาสในการเจรจาเพื่อผ่อนปรนข้อจำกัดในเรื่องนี้ในอนาคตอาจทำได้ยาก (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2553: 58-60)

กรอบด้านบริการภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน

นอกเหนือไปจากพันธกรณีที่มีต่อกันในฐานะสมาชิก WTO แล้ว ข้อตกลงด้านการค้าบริการระหว่างจีนกับไทยยังมีต่อกันภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ACFTA) ซึ่งมีพื้นฐานมาจากกรอบความร่วมมือหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ (Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between ASEAN and China) ที่ลงนามในปี 2545 โดยมีประเด็นหลัก 3 ด้านคือ การ

เปิดเสรีการค้าและการลงทุน ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และสินค้าที่เร่งลดภาษี (Early Harvest Scheme) ความตกลงในด้านการค้าสินค้าเพื่อลดภาษีศุลกากรและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีจึงมีผลบังคับใช้ตามมาในปี พ.ศ. 2547

อาเซียนและจีนได้ลงนามในความตกลงด้านการค้าบริการรวมทั้งข้อผูกพันการเปิดตลาดกลุ่มแรก (1 package) เมื่อเดือนมกราคม 2550 และมีผลบังคับใช้เมื่อเดือนกรกฎาคม 2550 โดยมีหลักการของข้อตกลงไม่ต่างจาก GATS คือ ต้องไม่เลือกปฏิบัติ เปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไปและมีเงื่อนไขได้แต่ต้องระบุไว้ก่อน มีสิทธิในการกำหนดกฎระเบียบภายใน และต้องมีความโปร่งใส นอกจากนี้ รูปแบบในการเจรจา ก็เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ มีการจำแนกธุรกิจบริการ 12 สาขา และการให้บริการใน 4 รูปแบบ แต่ข้อผูกพันในรายสาขาจะต้องเปิดมากกว่า GATS (GATS Plus) และสำหรับอาเซียน ยังตกลงหลักการเจรจาร่วมกันเพิ่มเติมว่า การเปิดตลาดใน ACFTA จะต้องไม่มากกว่าที่เปิดให้ในกลุ่มอาเซียนด้วยกันในกรอบ AFAS (ASEAN Framework Agreement on Services)

หลักการที่สำคัญอีกประการหนึ่งของ ACFTA คือการตีความว่าบริษัทใดบ้างถือว่าเป็นผู้ให้บริการของประเทศที่เป็นภาคี โดยในกรณี mode 1 และ mode 2 จะตีความผู้ให้บริการของ (substantial) ในประเทศนั้นๆ โดยไม่ต้องดูความเป็นเจ้าของ แต่สำหรับกรณี mode3 และ mode4 จะต้องดูด้วยว่าเจ้าของบริษัทนั้นๆ เป็นคนของประเทศนั้นหรือไม่ เช่น บริษัทที่จัดตั้งกฎหมายไทยและประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะสามารถให้บริการข้ามพรมแดน (โดยไม่ไปตั้งบริษัทในจีน) ด้วยสิทธิการเข้าสู่ตลาดจีนภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ได้ทันที แต่หากต้องการเข้าไปตั้งบริษัทในจีนและใช้สิทธิตามข้อตกลง บริษัทร่วมทุนนั้นจะต้องมีคนไทยถือหุ้นอยู่มากกว่าครึ่งหนึ่งจึงจะจัดเป็นบริษัทไทย ดังนั้น ข้อตกลงนี้จึงไม่ได้เอื้อประโยชน์ให้ไทยในการเป็นฐานให้ประเทศที่สาม เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐฯ เข้าสู่ตลาดจีนได้

แม้ว่า ACFTA จะเป็นข้อตกลงระหว่างจีนกับอาเซียนทั้งกลุ่ม แต่สมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศก็ได้รับสิทธิที่จะเปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไปในสาขาที่มีความพร้อมก่อนได้ ดังนั้น ตารางข้อผูกพันที่แนบท้ายข้อตกลงของแต่ละประเทศจึงไม่จำเป็นต้องระบุสาขาเดียวกัน และไม่จำเป็นต้องเปิดเสรีในระดับที่เท่ากัน แต่ประเทศสมาชิกอาเซียนใดตกลงใจที่จะเปิดให้จีนแล้ว ก็จะต้องเปิดให้กับสมาชิกอาเซียนอื่นด้วย เช่น ตารางข้อผูกพันของไทยระบุสาขาที่จะเปิดตลาดไว้ 4 สาขา ก็จะต้องเปิด

ให้กับทั้งจีนและประเทศอาเซียนอื่นๆ เท่ากัน ในทำนองเดียวกัน ตารางข้อผูกพันของบรูไนที่เปิดไว้เพียง 2 สาขา ก็จะต้องเปิดให้กับทั้งจีนและประเทศอาเซียนอื่นๆ รวมทั้งไทยด้วยอย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาปฏิญญาร่วมกันของกลุ่มอาเซียนที่จะไม่เปิดให้คู่แข่งมากไปกว่าที่ตกลงกันในกรอบอาเซียนด้วยตนเองแล้ว การที่ประเทศอาเซียนอื่นๆ จะได้ประโยชน์จากการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งเปิดตลาดให้กับจีนจึงไม่แตกต่างจากที่เคยได้ในเวทีของอาเซียนด้วยกันอยู่เดิม

สำหรับกรณีของจีน ข้อผูกพันในการเปิดตลาดต่อประเทศสมาชิกอาเซียนจะเท่าเทียมกันทุกประเทศ นั่นคือ เปิดให้อาเซียนทุกประเทศในสาขาเดียวกัน ในระดับที่เท่ากัน

จีนเปิดตลาดบริการให้กับอาเซียนเพิ่มเติมจาก GATS ใน 26 สาขาย่อย ครอบคลุม 5 สาขาบริการ ได้แก่ 1) สาขาบริการธุรกิจ 2) สาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง 3) สาขาบริการด้านสิ่งแวดล้อม 4) สาขาบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา และ 5) สาขาบริการขนส่ง ส่วนไทยเปิดตลาดให้กับจีนเพิ่มเติมใน 4 สาขา ได้แก่ 1) สาขาบริการธุรกิจ 2) สาขาบริการด้านการศึกษา 3) สาขาบริการด้านการท่องเที่ยว และ 4) สาขาบริการขนส่ง (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา, 2553: 60-64)

สำหรับทั้ง 5 สาขาที่ผูกพัน มีใจความไม่ต่างจาก GATS ทั้งในเรื่องการกำหนดเขตแดนการถือหุ้นของต่างชาติ การไม่ผูกพันเรื่องสาขา การห้ามสำนักงานตัวแทนประกอบธุรกิจที่มีกำไร และการจำกัดระยะเวลาใช้ที่ดิน ประเด็นที่จีนเปิดให้เพิ่มเติมจาก GATS เป็นเรื่องการเคลื่อนย้ายบุคคลซึ่งเพิ่มประเภทของบุคคลที่อาจเข้ามาประกอบธุรกิจชั่วคราวได้อีก 2 ประเภท ได้แก่

1) ผู้ให้บริการตามสัญญา (Contractual Service Suppliers : CSS) ซึ่งหมายถึง ผู้ที่นายจ้างส่งเข้ามาเพื่อให้บริการกับผู้บริโภคในจีนตามที่มีสัญญาตกลงกันไว้ โดยที่นายจ้างไม่มีบริษัทตั้งอยู่ในจีน CSS นี้จะต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมและมีความเชี่ยวชาญในงาน ซึ่งจะอยู่ในจีนได้ตามอายุสัญญาและไม่เกิน 1 ปี ในสาขาบริการด้านบัญชี การแพทย์และทันตกรรม สถาปนิก วิศวกร การวางผังเมือง บริการด้านคอมพิวเตอร์ การก่อสร้างและวิศวกรรม การศึกษา (ต้องมีวุฒิปริญญาตรีขึ้นไป มีใบประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประสบการณ์มากกว่า 2 ปี) และการท่องเที่ยว

2) ผู้ให้บริการติดตั้งและดูแลรักษาเครื่องจักรและเครื่องมืออุตสาหกรรมอื่นๆ (Installers and Services) โดยต้องมีคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญ และอยู่ภายใต้สัญญาติดตั้งและดูแลรักษา

ระหว่างผู้ที่สร้างเครื่องจักรกับผู้ซื้อซึ่งต้องเป็นนิติบุคคลทั้งคู่ สามารถอยู่ในจีนได้ตามระยะเวลาในสัญญาไม่เกิน 3 เดือน

สำหรับการเปิดตลาดรายสาขานั้น บริการที่จีนผูกพันเพิ่มเติมจาก GATS มีดังนี้

1) บริการทำความสะอาดอาคาร บริการดูแลรักษาและซ่อมรถยนต์ ให้อาเซียนถือหุ้นได้ถึง 100% โดยไม่มีเงื่อนไข

2) บริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา (เฉพาะบริการจัดการแข่งขันกีฬา บริการเกี่ยวบสนามกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการพนัน ยกเว้นกอล์ฟ) บริการพิมพ์ที่บ่อนและบรรจุก้อนท์ ให้ประเทศอาเซียนสามารถถือหุ้นได้ถึง 100% แต่ต้องผ่านเกณฑ์ความจำเป็นทางเศรษฐกิจก่อน (Economic need test)

3) บริการด้านการบริหารจัดการโรงแรม (ที่ไม่ใช่โครงการก่อสร้าง) บริการจัดหาบุคลากร ต้องเป็นลักษณะร่วมทุนโดยอาเซียนถือหุ้นข้างมากได้ แต่ต้องผ่านเกณฑ์ความจำเป็นทางเศรษฐกิจก่อน (Economic need test)

4) บริการขนส่งมวลชน ให้อาเซียนถือหุ้นได้ไม่เกิน 49% และต้องผ่านเกณฑ์ความจำเป็นทางเศรษฐกิจก่อน (Economic need test)

4.5 สรุป

เมื่อพิจารณาข้อผูกพันที่จีนมีต่อไทยทั้งใน GATS และ ACFTA เข้าด้วยกันสามารถสรุปการเปิดตลาดการค้าบริการของจีนกับไทยได้ดังนี้

4.5.1 สาขาบริการที่จีนมีข้อตกลงที่จะผูกพันการเปิดตลาดให้กับไทย มีทั้งหมด 10 สาขา ได้แก่

- 1) สาขาบริการธุรกิจ
- 2) สาขาบริการด้านการสื่อสาร
- 3) สาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 4) สาขาบริการจัดจำหน่าย
- 5) สาขาบริการด้านการศึกษา
- 6) สาขาบริการด้านสิ่งแวดล้อม

- 7) สาขาบริการทางการเงิน
- 8) สาขาบริการด้านการท่องเที่ยว
- 9) สาขาบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา
- 10) สาขาบริการขนส่ง

ส่วนสาขาที่จีนไม่ผูกพันในทั้ง 2 ความตกลงกัน ได้แก่ สาขาบริการด้านสุขภาพ และด้านสังคม และสาขาบริการอื่นๆ จึงจะเห็นได้ว่า ข้อตกลงด้านบริการในเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ในการตกลงรอบแรกนี้ ยังไม่ได้ให้สิทธิประโยชน์กับไทยในสาขาที่มีความสามารถในการแข่งขัน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สปา เพิ่มเติมไปจากที่เคยได้ในฐานะสมาชิก WTO อย่างไรก็ตาม อาจมีโอกาสดักดันให้จีนเปิดตลาดมากขึ้นในการเจรจาต่อไป

4.5.2 ข้อผูกพันของจีนที่ใช้สำหรับทั้ง 10 สาขาร่วมกัน (Horizontal Commitment) ได้แก่ บริษัทต่างชาติที่ร่วมทุนกับจีนต้องมีสัดส่วนในการถือหุ้นเกิน 25% ขึ้นไป จำกัดระยะเวลาการใช้ที่ดินระหว่าง 40-70ปี ตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ จีนไม่จำเป็นต้องอนุญาตให้เปิดสาขา และไม่จำเป็นต้องอนุญาตให้มีการเคลื่อนย้ายบุคคลเข้ามาในจีน ยกเว้น กรณีการเข้ามาชั่วคราวของผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการตามสัญญา และผู้ให้บริการติดตั้งและดูแลรักษาเครื่องจักรอุตสาหกรรม

4.5.3 ในข้อผูกพันเฉพาะรายสาขา (Specific Commitment) จัดกลุ่มธุรกิจบริการที่อยู่ ในข้อตกลง ตามระดับการเปิดตลาด ได้ดังนี้

- 1) สาขาที่จีนเปิดให้ไทยโดยไม่มีเงื่อนไข หมายถึง สาขาที่ไทยเข้าไปให้บริการได้ ไม่ว่าจะเป็นบริการข้ามพรมแดน หรือเข้าไปตั้งบริษัทที่เป็นของไทย 100% โดยไม่มีเงื่อนไขอื่น นอกจากที่ระบุใน Horizontal Commitment ได้แก่ บริการด้านภาษี บริการเกี่ยวกับบอสังหาริมทรัพย์ บริการให้คำปรึกษาด้านการจัดการ บริการให้คำปรึกษาด้านการประมวลผลข้อมูลทางการเงิน บริการเกี่ยวกับบรรจุกัมภ์ บริการทำความสะอาด บริการรับส่งวัสดุภัณฑ์ แฟรนไชส์ โรงแรมและร้านอาหาร บริการขนส่งทางรถยนต์และรถไฟ บริการซ่อมรถยนต์ และโกดังเก็บสินค้า
- 2) สาขาที่จีนเปิดให้ไทยโดยมีเงื่อนไขด้านการตั้งบริษัท หมายถึง สาขาที่การให้บริการจำเป็นต้องมีรูปแบบของบริษัท (commercial presence) ตั้งอยู่ในจีน (ซึ่งเป็นของไทย

100%ก็ได้) หรือถ้าเป็นการให้บริการข้ามพรมแดนแบบไม่มีบริษัทก็ต้องผ่านตัวแทนจีน ได้แก่ สถาปนิก วิศวกร บริการวางผังเมือง บริษัทโฆษณา บริการพิมพ์หีบห่อบรรจุภัณฑ์ บริการค้าส่ง บริการกำจัดขยะ ของเสีย มลภาวะ สุขอนามัย การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม บริการจัดการการแข่งขันกีฬา บริการเกี่ยวกับสนามกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวก (ยกเว้นกอล์ฟ) และบริการด้านการพนัน

3) สาขาที่จีนเปิดให้ไทยโดยมีเงื่อนไขด้านขอบเขตธุรกิจ หมายถึง สาขาที่บริษัทไทย 100% สามารถเข้าไปให้บริการได้เฉพาะธุรกิจบางประเภท ได้แก่ บริการด้านการก่อสร้างและวิศวกรรม ซึ่งต้องเป็นโครงการก่อสร้างที่ใช้เงินทุนต่างชาติเป็นส่วนใหญ่หรือมีความซับซ้อน บริการนำเที่ยว ซึ่งไม่สามารถทำธุรกิจ outbound ได้ และบริการค้าปลีกที่ไม่สามารถมีร้านค้าในเครือได้เกิน 30 ร้านค้าสำหรับสินค้าบางประเภท

4) สาขาที่จีนเปิดให้ไทยโดยมีเงื่อนไขด้านคุณสมบัติและประสบการณ์ หมายถึง สาขาที่จีนกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็น เงินทุน คุณวุฒิการศึกษา ประสบการณ์ การได้รับใบอนุญาตให้บริการในประเทศแม่ ได้แก่ วิชาชีพกฎหมาย บัญชี สถาปนิก วิศวกร บริการวางผังเมือง บริการเกี่ยวกับฮาร์ดแวร์ การประมวลผลข้อมูล บริการวิเคราะห์และตรวจสอบทางเทคนิค การแปลและล่าม บริการธนาคาร ตัวแทนผู้ส่งสินค้า บริการดูแลรักษาและซ่อมเครื่องจักร

5) สาขาที่จีนเปิดให้โดยมีเงื่อนไขด้านการถือหุ้น หมายถึง สาขาที่ไทยจะเข้าไปให้บริการในจีนได้ด้วยกรร่วมทุนกับจีนเท่านั้น สาขาที่จีนยอมให้ไทยถือหุ้นข้างมาก ได้แก่ การแพทย์และทันตกรรม บริการด้านซอฟต์แวร์ บริการที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตร ป่าไม้ สัตว์และประมง บริการถ่ายภาพ บริการจัดนิทรรศการ บริการวิจัยตลาด บริการบริหารจัดการโครงการที่ไม่ใช่โครงการก่อสร้าง บริการจัดหาบุคลากร โกดังสินค้าทางเรือและบริการด้าน ศุลกากร คอนเทนเนอร์ บริการด้านการศึกษา ส่วนสาขาที่จีนจะต้องถือหุ้นข้างมาก ได้แก่ บริการโทรคมนาคม บริการไอทีสารสนเทศ บริษัทหลักทรัพย์ประกันภัย ประกันชีวิต บริการขนส่งทางอากาศตัวแทนส่งสินค้าทางเรือ บริการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศ บริการขนส่งมวลชน

6) สาขาที่จีนสามารถใช้มาตรการอุดหนุนผู้ให้บริการในประเทศ ให้มีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ให้บริการจากต่างชาติได้ ได้แก่ สาขาไอทีสารสนเทศ สาขาการบิน และสาขาทางการแพทย์

4.5.4 จีนอนุญาตการให้บริการใน Mode 2 (Consumption Abroad) ในเกือบทุกสาขา โดยอนุญาตให้คนจีนเดินทางมารับบริการกับผู้ให้บริการในประเทศไทยได้ ในเกือบทุกสาขา ยกเว้นสาขาการเงิน ซึ่งมีข้อกำหนดเรื่องการควบคุมการเคลื่อนย้ายเงินทุน (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา, 2553: 64-67)

สำหรับผู้ประกอบการไทย ที่ต้องการขยายตลาดเข้าสู่ตลาดจีน นอกจากจะต้องศึกษาและพิจารณาถึงกรอบข้อผูกพันที่จีนมีต่อไทยทั้งใน GATS และ ACFTA ซึ่งถือว่าเป็นภาพรวมกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ แล้วนั้น ยังมีความจำเป็นจะต้อง ศึกษาพิจารณาถึงองค์ประกอบและปัจจัยด้านอื่นร่วมด้วย เนื่องจากประเทศจีนเป็นประเทศที่ใหญ่ มีความหลากหลายทั้งด้านกายภาพ ประชากร และวัฒนธรรม ตลอดจนระเบียบวิธีปฏิบัติของแต่ละมณฑล ก็มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายด้านที่จำเป็นต้องศึกษาและเตรียมความพร้อม ซึ่งจะได้กล่าวในลำดับถัดไป

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 5

ปัจจัยที่ส่งผลต่อนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน : กรณีศึกษานครคุนหมิง

การพัฒนาเศรษฐกิจของจีน เน้นในเรื่องการการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานซึ่งมีความจำเป็นต่อนักธุรกิจ ที่จะเข้าไปทำการค้าการลงทุน ในจีนตะวันตกและจีนตอนกลาง การพัฒนาเมืองในภาคตะวันตกของจีน ซึ่งรวม 6 มณฑล 3 เขตปกครองตนเอง และ 1 มหานคร ได้แก่ มณฑลชิงไห่ กานซู กุ้ยโจว เสฉวน ยูนนาน และ ส่านซี เขตปกครองตนเองซินเจียง ทิเบต หนิงเซี่ย และมหานครฉงชิ่ง (ดร.อนุสรณ์ ธรรมใจ, 2548) นับว่าเป็นโอกาสอันดีของประเทศไทยในการเข้าสู่ตลาดในจีนตะวันตก เนื่องจากประเทศไทยจัดว่าเป็นประเทศที่มีภูมิศาสตร์ใกล้ชิดกับจีนตะวันตก(มณฑลยูนนาน) มาก และถึงแม้จะไม่ได้มีพรมแดนติดต่อกัน แต่ก็สามารถเชื่อมถึงกัน ผ่านทางประเทศเพื่อนบ้านอย่าง สปป.ลาว อีกทั้งจีนยังสนับสนุนและส่งเสริมให้นักลงทุนต่างชาติ เขาไปลงทุนในจีนตะวันตกอีกด้วย

จากนโยบาย “มุ่งตะวันตก (Go West Policy)” ของจีน รัฐบาลจีนได้พัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาคอย่างจริงจัง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างกว้างขวางในพื้นที่ภาคตะวันตก โดยรัฐบาลจีนใช้งบประมาณลงทุนในเรื่องระบบสาธารณูปโภค ในนครคุนหมิง มณฑลยูนนานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งนครคุนหมิง จัดเป็นเมืองท่าใหญ่อันดับ 4 ของจีน รองจาก เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่งและกวางโจว ที่จีนต้องการให้ นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน เป็นเสมือนประตูทางการค้าทางภาคตะวันตก ที่เปิดสู่ประเทศในอาเซียน ผ่านทางเส้นทาง R3A ที่เชื่อม ประเทศไทย ลาว และเวียดนาม มีการสร้างสนามบินแห่งใหม่ สร้างเส้นทางเชื่อมไปยังเมืองต่างๆ ในประเทศจีน ตลอดจนการสร้างเส้นทางเชื่อมระหว่างคุนหมิงไปประเทศต่างๆ ในอาเซียน และนอกเหนือจากโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ แล้ว โครงการต่างๆ ที่จีนสนับสนุนให้นักลงทุนต่างชาติเข้าลงทุน ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาการเกษตรและทรัพยากร การพัฒนาทรัพยากรแร่ธาตุ อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่นอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล อิเล็กทรอนิกส์ แปรรูปอาหาร ถลุงโลหะเคมี และธุรกิจภาคบริการ อย่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร โรงแรม การศึกษา โรงพยาบาล เป็นต้น (ธนพรธนา ไทพะยะเสวี, 2554)

เมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน เป็นเมืองทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ ที่มีความสำคัญที่สุดเมืองหนึ่งในทางตะวันตกของจีน นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีความเจริญอย่างรวดเร็ว ยังเป็นเมืองที่นักลงทุนชาวต่างชาติสนใจเข้าไปลงทุนมากที่สุด โดยเฉพาะนักลงทุนจากอาเซียน ปัจจัยอันเนื่องมาจากการสนับสนุนจากรัฐบาลกลาง ตามนโยบายพัฒนาภาคตะวันตก ให้เจริญทัดเทียมกับภาคตะวันออก ทั้งการส่งเสริมด้านการค้า การลงทุน การสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน เมืองคุนหมิง ยังเป็นเมืองที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและเป็นเมืองที่เชื่อมโยงระหว่างจีนตะวันตกกับอาเซียน และเป็นเมืองศูนย์กลางการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ เพื่อเป็นประตูสู่อาเซียนและเอเชียใต้ (ธนพรธม ไททยะเสวี, 2554)

และหลังจากจีน เข้าเป็นสมาชิกใน WTO กฎ ระเบียบต่างๆ ในด้านการลงทุนของจีนมีความเป็นปรบปรุ เป็นสากลมากขึ้น ส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนในจีนค่อนข้างมาก รวมทั้งนักลงทุนชาวไทย เนื่องจากความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีค่อนข้างมาก นอกเหนือจากการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมแล้ว อุตสาหกรรมการบริการและการค้าปลีก ซึ่งแต่เดิมจีนไม่เปิดเสรีให้นักลงทุนต่างชาติ แต่เมื่อจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ก็ได้เปิดเสรีมากขึ้น เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยว ภัตตาคาร ธุรกิจค้าปลีก เช่น ร้านเบเกอรี่ โรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ ร้านอัดรูป ร้านเสริมสวย ร้านอาหารไทยร้านดอกไม้ ร้านกีฬ้อุปกรณ์ ร้านเครื่องประดับอัญมณี ร้านหนังสือ ร้านมินิสโตร์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการเติบโตของร้านอาหารนานาชาติอย่างรวดเร็ว เช่น แม็คโดนัล เคเอฟ ซี และพิซซาฮัท นับว่าเป็นภาคธุรกิจที่สร้างรายได้เขาประเทศจีน ปีละไม่น้อย และถือเป็นภาคธุรกิจที่มีอนาคตสดใสเป็นที่ดึงดูดนักลงทุนอย่างยิ่ง

สำหรับประเทศไทย นอกเหนือจากความใกล้ชิดเชื่อมโยงกันทางภูมิศาสตร์แล้ว ไทยกับจีนยังติดต่อกันมายาวนานตั้งแต่อดีตกาล มีความใกล้ชิดทางเชื้อชาติ สังคม วัฒนธรรม เมื่อพิจารณาจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น การเปิดเสรีของจีนในภาคตะวันตก และการส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศของจีน เปิดเสรีในธุรกิจบริการภายใต้ข้อผูกพันของ WTO ในพื้นที่เมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน ส่งผลอย่างยิ่งในเชิงบวกต่อประเทศไทย และนักลงทุนชาวไทย ที่จะเข้าไปขยายตลาดในจีน เนื่องจากไทยมีจุดแข็งในภาคธุรกิจบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร ร้านอาหาร การโรงแรม สปา ซึ่งถือเป็นธุรกิจที่ไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ และเป็นภาคธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยมีความรู้ความชำนาญ มากกว่าประเทศเพื่อนบ้านแถบอาเซียนด้วยกัน

จากความสำคัญทั้งนโยบายสนับสนุนของจีนที่ เปิดรับทุนต่างชาติ การสนับสนุนและ พัฒนาภาคตะวันตกของจีน และการเปิดเสรีในธุรกิจภาคบริการของจีน ในเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน ส่วนภาคบริการของไทยมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ไม่จำกัดเพียงในประเทศเท่านั้น แต่มีการขยายทั้งการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว หรือภัตตาคารร้านอาหาร ซึ่งเป็นภาคธุรกิจบริการของไทย ที่มีศักยภาพ และเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้เข้าประเทศในอันดับต้นๆ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาธุรกิจภาคบริการของไทย ซึ่งเลือกศึกษาเฉพาะธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ที่ประเทศไทยมีจุดแข็งมี ศักยภาพ และรสชาติ ของอาหารไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ดังนั้นเนื้อหาที่ นำเสนอในบทนี้จะได้กล่าวถึง

5.1 ภาพรวมธุรกิจภาคบริการของจีน

5.2 กฎเกณฑ์ด้านการลงทุนในภาคบริการของจีน

5.3 กฎระเบียบและมาตรการด้านการลงทุนในมณฑลยูนนาน

5.4 กฎระเบียบ ขั้นตอนการดำเนินงานธุรกิจบริการ ด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
อันได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม

5.5 สรุป

5.1 ภาพรวมธุรกิจภาคบริการของจีน

ในปี ค.ศ. 2010 ธุรกิจภาคบริการของจีน มีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 43.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม โดยคิดเป็นมูลค่า 17.1 ล้านล้านหยวน อุตสาหกรรมบริการที่สำคัญจากอดีตถึงปัจจุบัน ปี ค.ศ. 2005 ได้แก่ อุตสาหกรรมค้าปลีก ค้าส่ง อุตสาหกรรมบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ อุตสาหกรรมบริการด้านการเงิน อุตสาหกรรมบริการขนส่ง การจัดเก็บสินค้าและบริการด้านไปรษณีย์ และอุตสาหกรรมโรงแรมและจัดเลี้ยง ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว ที่จัดได้ว่าพัฒนาขึ้นมาก โดยเฉพาะในปี 2010 ประเทศจีนมีรายได้จากนักท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่า 45.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2555 : 2-10 – 2-11)

ในปี ค.ศ. 2010 มณฑลยูนนาน มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจากภาคเกษตร ร้อยละ 15.4 ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 44.6 และอุตสาหกรรมด้านการบริการร้อยละ 40 (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2555 : 1-66)

ตารางที่ 5.1 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของมณฑลยูนนานปี 2010

รายการ	มูลค่า (พันล้านหยวน)	สัดส่วนต่อ มูลค่ารวม(%)
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของมณฑล	722.4	100
ภาคการเกษตร	110.8	15.4
ภาคอุตสาหกรรม	322.3	44.6
- อุตสาหกรรมการผลิต	260.4	36.03
- อุตสาหกรรมการก่อสร้าง	61.9	8.57
ภาคบริการ	289.2	40.0
- ธุรกิจคมนาคมขนส่ง จัดเก็บสินค้าและไปรษณีย์	19.32	6.68
- ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก	68.53	23.6
- ธุรกิจด้านที่พักอาศัยและจัดเลี้ยง	19.0	17.3
- ธุรกิจการเงิน	37.5	6.5
- ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	22.3	8.8
- อื่นๆ	122.4	16.6

ที่มา : Yunnan Statistical Yearbook, 2011

ทั้งนี้จีนได้การบรรจุเรื่องการเร่งรัดการพัฒนาภาคบริการไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งมีระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี 2549-2553 (11-Five-Year Plan for National Economic and Social Development) โดยตั้งเป้าพัฒนาภาคบริการให้มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมมากขึ้น และเพิ่มสัดส่วนใน GDP เป็น 43.3% ในปี 2553 และ 50% ในปี 2563 รวมทั้งเพิ่มสัดส่วนการจ้างงานในภาคบริการต่อการจ้างงานทั้งหมดจาก 31.4% ในปี 2548 เป็น 35.5% ในปี 2553 อีกด้วย ภายใต้แนวทางการพัฒนาภาคบริการกำหนดไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 นี้คณะรัฐมนตรีของจีน (State Council) ได้แถลงข้อคิดเห็นและกำหนดแนวทางให้รัฐบาลท้องถิ่นและเขตปกครองตนเอง รวมถึงกระทรวงและหน่วยงานภาครัฐนำไปปฏิบัติ ดังนี้

1) รัฐบาลกลางเห็นว่าภาคบริการของจีนในปัจจุบัน “ยังมีขนาดไม่เพียงพอ มีโครงสร้างไม่สมเหตุสมผล คุณภาพและความสามารถในการแข่งขันต่ำ มีส่วนแบ่ง GDP น้อย ไม่อาจเทียบได้กับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดในภาคอุตสาหกรรมการผลิต”

2) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคบริการในสาขาดังต่อไปนี้

- สาขาที่ใช้เทคโนโลยีและช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการผลิต เช่น การขนส่งลอจิสติกส์ การโทรคมนาคม การพัฒนา software พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยและพัฒนา การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ต่างๆ
- สาขาที่เกี่ยวกับความกินดีอยู่ดีของประชากรและรองรับสังคมผู้สูงอายุ เช่น การพัฒนาสังหาริมทรัพย์ การบริการที่เกี่ยวข้องกับการเกษียณอายุ การศึกษา สุขภาพ
- สาขาที่จะช่วยเร่งการบริโภค เช่น การท่องเที่ยว กีฬา สันทนาการ บันเทิง
- สาขาที่มีการจ้างงานเป็นจำนวนมาก

3) สนับสนุนให้ต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจบริการ แต่พิจารณาให้สมดุลกับการเติบโตของธุรกิจบริการในประเทศ และเป็นไปเพื่อ

- เน้นการพัฒนานวัตกรรม โดยต้องการ “ซึมซับประสบการณ์ ดึงดูดเทคโนโลยี และ วัธีบริหารจัดการ จากประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่า”
- ช่วยพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น รับ outsource ธุรกิจของต่างชาติในสาขาการจัดการข้อมูล บัญชี การวิจัยและการพัฒนา

และถึงแม้ว่า ประเทศจีนจะไม่ใช่ประเทศผู้นำในธุรกิจภาคบริการ อีกทั้งยังมีระดับการพัฒนาและความสามารถในการแข่งขันที่ต่ำ แต่รัฐบาลจีนได้เห็นถึงความสำคัญของภาคบริการซึ่งเป็นแนวโน้มของโลก จึงได้มีการวางแผนเพื่อเร่งการพัฒนาภาคบริการในทุกระดับอย่างเป็นระบบ การศึกษาแนวคิดในการพัฒนาภาคบริการของรัฐบาลจีน จึงเป็นสิ่งสำคัญในการทำความเข้าใจและคาดการณ์การกำหนดนโยบายของจีน ที่เกี่ยวกับการค้าบริการรวมทั้งทิศทางการลงทุนของต่างชาติในภาคบริการในประเทศจีน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเข้าสู่ตลาดจีนได้ (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2553 : 49-51)

5.2 กฎเกณฑ์ด้านการลงทุนในภาคบริการของจีน

จีนมีนโยบายที่ต้องการเน้นการพัฒนาภาคบริการของประเทศ ซึ่งมาตรการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติในภาคบริการ เน้นในรูปแบบที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาภาคธุรกิจบริการ เช่น ในธุรกิจที่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาให้คนจีนได้เรียนรู้ หรือธุรกิจที่จีนสามารถรับเป็นตัวแทนผลิตได้ (Outsource) ทั้งนี้ในการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีนทำให้จีนต้องเปิดประเทศ

แต่ประเทศจีนเองก็ยังคงวางกรอบให้ประเทศสามารถใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีได้สูงสุด สอดคล้องกับนโยบายและทิศทางในการพัฒนาประเทศ ดังจะเห็นได้จาก กฎหมาย กฎระเบียบ แนวทางในการส่งเสริมการลงทุนทั้งในระดับประเทศและระดับมณฑล

5.2.1 กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ(Foreign Trade Law)

หลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ได้ทำการปรับปรุง แก้ไขกฎหมายระหว่างเสรีจลิน เมื่อ ปี ค.ศ. 2004 ในหมวดการค้าบริการ โดยกำหนดกรอบกว้างๆ ว่า จีนจะปฏิบัติตามพันธกรณี ภายใต้สนธิสัญญาการค้าระหว่างประเทศที่จีนได้เข้าร่วม โดยจะเปิดตลาด (market access) และให้การปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติกับประเทศคู่สัญญา ซึ่งหน่วยงานภายใต้รัฐบาลกลาง ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการค้าบริการระหว่างประเทศ ต้องดำเนินการปฏิบัติตามกฎหมายฉบับนี้ แต่รัฐบาลอาจกำหนด ข้อจำกัดหรือข้อห้ามสำหรับบริการต่างประเทศได้ ซึ่งกฎหมายดังกล่าวนี้เน้นถึงความโปร่งใส และให้หน่วยงานต่างๆ ที่เป็นผู้ออกระเบียบภายใต้กฎหมายนี้ ทำการเผยแพร่กฎระเบียบต่างๆ ให้สาธารณะชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่นกรณีดังนี้

- ข้อจำกัดหรือข้อห้าม มีไว้เพื่อพิทักษ์ความมั่นคงของชาติและประโยชน์สาธารณะ
- ข้อจำกัดหรือข้อห้าม มีไว้เพื่อปกป้องสุขอนามัยของประชาชน พืช สัตว์ และ สิ่งแวดล้อม
- ข้อจำกัดมีไว้เพื่อการเร่งให้เกิดธุรกิจบริการภายในประเทศในบางสาขา
- ข้อจำกัดมีไว้เพื่อรักษาดุลการชำระเงินของประเทศ
- ข้อจำกัดหรือข้อห้ามมีไว้ตามที่กฎหมายหรือกฎระเบียบกำหนด
- ข้อจำกัดหรือข้อห้ามมีไว้ตามที่สนธิสัญญาระหว่างประเทศกำหนด

5.2.2 กฎหมายระดับรัฐบาลกลาง(State Council) ว่าด้วยข้อชี้แนะสำหรับการลงทุนจากต่างชาติ (Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries)

ตั้งแต่ปี ค.ศ.1995 รัฐบาลกลางของจีน ได้ประกาศกฎระเบียบบริหาร (administrative regulation) เพื่อบังคับใช้กำหนดประเภทของธุรกิจที่ส่งเสริม จำกัด หรือห้ามไม่ให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ โดยมอบหมายให้คณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูป (National Development and Reform Commission) ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ ทำการปรับปรุงรายการธุรกิจตามประเภทต่างๆ ให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ และล่าสุดครั้งที่ 4 เมื่อเดือนตุลาคม ปี ค.ศ.2008 ประกาศนี้จะกำหนด

ทิศทางของกฎเกณฑ์ต่างๆ ทั้งในระดับประเทศและมณฑล ทั้งที่เกี่ยวกับการส่งเสริม จำกัด หรือห้าม ไม่ให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ โดยสามารถจำแนกประเภทการลงทุนจากต่างประเทศได้ 4 กลุ่ม

1) ธุรกิจที่อนุญาตให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ (Permitted Foreign Investment Industries) คือธุรกิจอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือรายการที่ประกาศ โดยนักลงทุนต่างชาติที่ต้องการประกอบธุรกิจในหมวดนี้สามารถยื่นจะทะเบียนจัดตั้งธุรกิจได้โดยไม่ต้องขออนุมัติส่งเสริมการลงทุนหรือขออนุญาตประกอบกิจการ

2) ธุรกิจที่ส่งเสริมให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ (Encouraged Foreign Investment Industries) คือธุรกิจที่ให้สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน แต่และมณฑลหรือเมืองอาจจะแตกต่างกัน โดยนักลงทุนที่ต้องการใช้สิทธิประโยชน์จะต้องได้รับการอนุญาตโครงการจากหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้า ตั้งแต่ระดับอำเภอขึ้นไป

3) ธุรกิจที่จำกัดการลงทุนจากต่างประเทศ (Restricted Foreign Investment Industries) คือรายการธุรกิจที่นักลงทุนต่างชาติต้องขออนุญาตก่อนการประกอบธุรกิจ นอกจากนี้จะต้องยื่นคำร้องต่อหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้า ตั้งแต่ระดับอำเภอขึ้นไปแล้ว ยังจะต้องขออนุญาตต่อหน่วยงานภายใต้สังกัดของกระทรวงที่ดูแลภาคธุรกิจนั้นๆ หน่วยงานท้องถิ่นไม่สามารถอนุญาตเองได้ ต้องส่งเรื่องให้กระทรวงต้นสังกัดเป็นผู้อนุมัติ

4) ธุรกิจที่ห้ามการลงทุนจากต่างประเทศ (Prohibited Foreign Investment Industries) คือธุรกิจที่ต้องห้ามไม่ให้นักลงทุนต่างชาติประกอบกิจการ ไม่สามารถยื่นคำร้องหรือขออนุญาตได้

สำหรับรายการธุรกิจใน Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries กลุ่มธุรกิจบริการ ถูกจัดประเภทเป็น ธุรกิจที่ส่งเสริม จำกัด และต้องห้าม แบ่งได้ 7 กลุ่มดังต่อไปนี้

กลุ่มบริการโทรคมนาคมและขนส่ง

ส่งเสริม

- การก่อสร้างทางรถไฟ ทางด่วน ถนน ท่าเรือ และสนามบิน
- บริษัทการบิน
- การก่อสร้างท่อส่งน้ำมัน
- บริการโกดังเก็บสินค้า

จำกัด

ไม่มี

ต้องห้าม

ไม่มี

กลุ่มบริการค้าส่งและค้าปลีก

ส่งเสริม

- การค้าปลีก ค้าส่ง และโลจิสติกส์ ด้านการจำหน่ายสินค้าทั่วไป
- โลจิสติกส์ทันสมัย

จำกัด

- ธุรกิจขายตรง ขายทางไปรษณีย์ อินเทอร์เน็ต แพรนไชส์
- การค้าปลีก ค้าส่ง และจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ ฝ้าย น้ำมันพืช น้ำตาล ยาสูบ

และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

- การจัดจำหน่ายเกี่ยวกับสินค้าวิดิทัศน์ (ยกเว้นหนัง)
- การประมูล
- การค้าส่งน้ำมัน ปิมน้ำมัน

ต้องห้าม

ไม่มี

กลุ่มบริการด้านการธนาคารและประกัน

ส่งเสริม

- ไม่มี

จำกัด

- ธนาคาร บริษัทเงินทุน ทรัสต์
- บริษัทประกันและนายหน้าประกัน
- บริษัทหลักทรัพย์ การจัดการกองทุน
- บริษัทที่เกี่ยวกับสัญญาล่วงหน้า

ต้องห้าม

ไม่มี

กลุ่มบริการทางธุรกิจ

ส่งเสริม

- บัญชีและการตรวจสอบบัญชี
- บริษัทที่ปรึกษาด้านข้อมูล
- บริการด้าน IT

จำกัด

- ปรึกษา
- วิจัยตลาด

ต้องห้าม

- บริการเกี่ยวกับการสอบสวน

กลุ่มบริการด้านการศึกษา

ส่งเสริม

- การศึกษาขั้นสูง(ร่วมทุนเท่านั้น)

จำกัด

- การศึกษาระดับมัธยม

ต้องห้าม

- การศึกษาเฉพาะด้าน เช่น ทหาร ตำรวจ ทหาร

กลุ่มบริการด้านสุขภาพและสวัสดิการสังคม

ส่งเสริม

- บริการสำหรับคนชรา คนพิการ

จำกัด

- บริการที่ให้การรักษาทางการแพทย์

ต้องห้าม

- ไม่มี

กลุ่มบริการด้านการบันเทิง กีฬาและวัฒนธรรม

ส่งเสริม

- โรงละคร
- ฟิตเนส การสอนกีฬา

จำกัด

- โรงหนัง
- สวนสนุก

ต้องห้าม

- สำนักข่าว
- หนังสือพิมพ์
- สถานีโทรทัศน์
- การสร้างหนัง
- การพนัน
- สนามกอล์ฟ

5.2.3 รูปแบบการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในจีน

ประเภทการลงทุนจากต่างประเทศ สามารถจำแนกออกเป็น

- กิจกรรมที่เป็นทุนต่างชาติทั้งหมด (Wholly Foreign-Owned Enterprise)

หมายถึงการลงทุนโดยทุนต่างชาติ 100% และต้องเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสร้างรายได้ที่เป็นเงินตรา ต่างประเทศ โดยกิจการประเภทนี้ต้องเสียภาษี 3 ประเภท คือ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีการบริโภค และภาษีธุรกิจ โดยนักลงทุนต้องยื่นขออนุมัติโครงการกับหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้า โดยจะใช้เวลาพิจารณา 90 วัน และหลังจากได้รับอนุญาตแล้ว นักลงทุนต้องยื่นขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจกับหน่วยงานด้านอุตสาหกรรมและการค้า ภายใน 30 วัน

- กิจกรรมร่วมทุนเรื้อนหุ้น (Chinese-Foreign Equity Joint Ventures)

หมายถึงกิจการที่ต่างชาติร่วมทุนกับคนจีน ในลักษณะการถือหุ้นในรูปแบบ บริษัท โดยนักลงทุนต่างชาติอาจถือหุ้นมากกว่า หรือน้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียนธุรกิจร่วมทุนก็ได้ (แต่ถ้าต่ำกว่าร้อยละ 25 จะ ไม่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนของจีน) โดยอาจจะลงทุนในรูปแบบของเงินสด หรือทรัพย์สินเทียบเคียงได้กับเงินสด เช่น เทคโนโลยีเครื่องมือ

ทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งจะต้องมีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของจีน และอนุญาตให้ฝ่ายจีนใช้ตลอดอายุของการประกอบธุรกิจ การร่วมทุนในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศจะต้องแปลงเป็นเงินหยวน (Renminbi : RMB) โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนที่กำหนด โดย State Administration of Foreign Exchange Control ส่วน การลงทุนในรูปแบบของเครื่องจักร อุปกรณ์และวัสดุอื่นๆ จะต้องได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานที่รับผิดชอบก่อน และต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด สัดส่วนของทุนจดทะเบียนต่อเงินลงทุนของบริษัทร่วมทุนต้องเป็นตามข้อกำหนดของ State Administration for Industry and Commerce ดังนี้

มูลค่าการลงทุน

ทุนจดทะเบียน

3.0	ด้านเหรียญสหรัฐ	มากกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าโครงการ
3.0-4.2	ด้านเหรียญสหรัฐ	เกินกว่า 2.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
4.2-10.0	ด้านเหรียญสหรัฐ	เกินร้อยละ 50 ของมูลค่าโครงการ
10.0-12.5	ด้านเหรียญสหรัฐ	เกินกว่า 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
12.5-30.0	ด้านเหรียญสหรัฐ	เกินกว่าร้อยละ 40 ของมูลค่าโครงการ

ขั้นตอนในการขออนุญาต จะต้องทำการยื่นเอกสารประกอบด้วยสัญญาร่วมทุน ข้อบังคับบริษัท (Article of Association) ต่อหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้า โดยจะใช้เวลาพิจารณาไม่เกิน 90 วัน หลังจากนั้นทำการจดทะเบียนกับหน่วยงานด้านอุตสาหกรรมและการค้า เพื่อขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจต่อไป

- กิจการร่วมประกอบการในลักษณะสัญญา (Chinese-Foreign Contractual Joint Venture)

หมายถึงการที่ต่างชาติร่วมประกอบการกับจีน โดยระบุเกี่ยวกับการแบ่งปันผลกำไร ความรับผิดชอบ ลักษณะการลงทุน การบริหาร ตลอดจนการแบ่งทรัพย์สินเมื่อเลิกกิจการไว้ในสัญญา โดยการขออนุญาตให้ผู้ต้องการประกอบกิจการยื่นเอกสารประกอบด้วยสัญญาร่วมทุน ข้อบังคับบริษัท (Article of Association) ต่อหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้า โดยจะใช้เวลาพิจารณาไม่เกิน 45 วัน หลังจากนั้นทำการจดทะเบียนกับหน่วยงานด้านอุตสาหกรรมและการค้า เพื่อขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจภายใน 30 วันหลังจากได้รับอนุญาต และจดทะเบียนกับหน่วยงานด้านภาษีภายใน 30 วัน นับจากวันเริ่มกิจการ(กรมการค้าต่างประเทศ เข้าถึงได้จาก : http://www.dft.go.th/%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%A5/%E0%B8%82%E0%B8%AD%

E0%B8%A1%E0%B8%A5%E0%B8%94%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8/tabid/160/ctl/DetailUserContent/mid/666/contentID/1311/modID/666/Default.aspx)

5.3 กฎระเบียบและมาตรการด้านการลงทุนในมณฑลยูนนาน

เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่ปกครองด้วยระบบสังคมนิยม การสั่งการต่างๆ ที่สำคัญยังมาจากส่วนกลาง แต่เพื่อเป็นการปฏิรูประบบเศรษฐกิจ และส่งเสริมการลงทุน ดังนั้นรัฐบาลจึงมีการใช้มาตรการต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุน ในขณะที่เดียวกันก็มีการดำเนินงานในลักษณะการควบคุมการลงทุนทำธุรกิจบางประเภท เพื่อความมั่นคงและปลอดภัยของประเทศ ดังนี้

5.3.1 มาตรการด้านภาษี มีการให้สิทธิประโยชน์ที่สำคัญ คือ

- ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เช่น ชาวต่างชาติเสียภาษีเงินได้จากเงินเดือนและค่าจ้าง เพียงร้อยละ 50 ของอัตราที่กฎหมายกำหนด
- ภาษีเงินได้นิติบุคคล เช่น บริษัทต่างชาติเสียภาษีในอัตราร้อยละ 17 สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นในจีน แต่ในกิจการบางประเภทจะเสียภาษี เพียงร้อยละ 15 เช่น กิจการด้านการผลิตที่ตั้งในเขตเศรษฐกิจพิเศษ บริษัทร่วมทุนที่ดำเนินการด้าน ท่าเรือและอุตสาหกรรม เป็นต้น ขณะที่บริษัทจีนเสียภาษีร้อยละ 33
- ภาษีมูลค่าเพิ่ม มีการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับ การนำเข้าวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อส่งออก และการนำเข้าเครื่องจักร อะไหล่ และวัสดุอื่นๆ โดยนักลงทุนหรือบริษัทต่างชาติตามจำนวนที่กำหนด
- ภาษีการค้า เสียภาษีร้อยละ 12-30
- ภาษีกำไร กรณีส่งกำไรออกนอกประเทศต้องเสียภาษี ซึ่งคำนวณภาษี จากกำไรส่งกลับ x อัตราภาษี (ร้อยละ 10 สำหรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ และร้อยละ 20 สำหรับนอกเขต) แต่กรณีนำผลกำไรไปลงทุนใหม่ในจีน จะได้รับการคืนภาษีในบางกรณี เช่น ได้รับคืน ร้อยละ 40 ของภาษีที่จ่ายไปแล้ว สำหรับเงินที่นำไปลงทุนใหม่ในจีน ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการอย่างต่ำ 5 ปี

5.3.2 **มาตรการด้านการเงินการธนาคาร** มี การประกาศให้นครคุนหมิงเป็นเมืองเสรีทางการเงิน อนุญาตให้สาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศมาเปิดดำเนินการ สามารถประกอบธุรกิจที่เป็นเงินตราต่างประเทศได้ ซึ่งทำให้นักธุรกิจสามารถใช้บริการชำระบัญชีการค้าระหว่างประเทศได้ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ

5.3.3 **การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ และเขตพื้นที่อุตสาหกรรมต่างๆ** เช่น เขตพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับสูงแห่งชาตินครคุนหมิง เขตเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีนครคุนหมิง เป็นต้น และมีการให้สิทธิพิเศษต่างๆ แก่นักลงทุนที่เข้ามาทำธุรกิจในเขตนี้ เพื่อดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ

5.3.4 **มาตรการด้านนโยบายการลงทุน** รัฐบาลยูนนานมีการผ่อนปรนข้อจำกัดของนโยบายรัฐบาลกลาง โดยออกประกาศในระดับมณฑล เพื่อการตรวจสอบ และอนุมัติโครงการ การลงทุนของต่างประเทศในอุตสาหกรรมบางประเภท โดยพิจารณาจากสถานการณ์จริง และเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของรัฐบาลกลาง ในการควบคุมการลงทุนจากต่างประเทศ จึงมีการกำหนดให้การลงทุนจากต่างประเทศบางประเภท ต้องได้รับอนุญาตจากมณฑล เช่น การประมงน้ำจืด การทำไม้ซุงและส่งออก โรงงานฟอกและย้อมสีโดยวิธีพื้นเมือง การผลิตถ่านหิน การผลิตปูนซีเมนต์ การทำเหมืองถลุงแร่ และแยกแร่โลหะมีค่า เช่น ทอง เงิน แพลทตินั่ม เป็นต้น รวมทั้งมีการกำหนดกฎหมาย คุ้มครองสภาพแวดล้อม และกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม รัฐบาลมณฑลยูนนานมีการวางแผนส่งเสริมสาขาอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่น ได้แก่

- 1) อุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร
- 2) อุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ
- 3) อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป
- 4) อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์
- 5) อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและอิเล็กทรอนิกส์
- 6) อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์
- 7) อุตสาหกรรมก่อสร้าง
- 8) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

5.3.5 มาตรการอื่นๆ เช่น การถือครองที่ดิน การขยายขอบเขตการลงทุน รวมทั้งลดขั้นตอนความยุ่งยากในการลงทุน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ระบบการขนส่ง การสื่อสารโทรคมนาคม เป็นต้น

5.4 กฎระเบียบ ขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจการท่องเที่ยวภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม

5.4.1 กฎ ระเบียบ และขั้นตอนทางกฎหมายของการลงทุนธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว

ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยวและประกอบกรนำเที่ยว จัดอยู่ภายใต้หมวดธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Tourism and Travel Related Services) ซึ่งแม้ว่าจะยังไม่ได้รวมอยู่ในภายใต้ขอบเขตของ ACFTA แต่จีนได้ตกลงผูกพันเปิดตลาดบริการในสาขาดังกล่าวภายใต้กรอบ WTO แล้ว โดยครอบคลุมธุรกิจ ดังนี้

- บริการการเดินทางและจองที่พักให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือนักท่องเที่ยวจีน โดยอาจติดต่อกับโรงแรม หรือผู้ให้บริการยานพาหนะนั้นๆ โดยตรง
- บริการจัดทัวร์ภายในประเทศจีนให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือนักท่องเที่ยวจีน
- บริการรับขึ้นเงินเช็คเดินทางภายในประเทศจีน

สาระสำคัญของข้อตกลงมีดังนี้

- Mode1/Mode2(Cross Border Supply/Consumption Abroad)

เปิดให้ทำได้โดยไม่มีเงื่อนไข

- Mode 3 (Commercial Presence)

เปิดเสรีอย่างเป็นทางการเป็นขั้นตอนหลังจากเข้า WTO ดังนี้

- ในระยะ 3 ปีแรก (2544-2547) จีนยังมีข้อจำกัดสำหรับผู้ลงทุนต่างชาติหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการถือหุ้น คุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจ และเมืองที่สามารถทำธุรกิจ โดยผู้ประกอบการต่างชาติสามารถประกอบธุรกิจโดยร่วมทุนกับคนจีนเท่านั้น ต้องมีทุนจดทะเบียน

มากกว่า 4 ล้านหยวน มีรายได้ต่อปีมากกว่า 40 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และทำธุรกิจได้ในปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว และซีอาน เท่านั้น

- ในระยะ 3ปี ต่อมา (2547-2550) อนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้ และลดทุนจดทะเบียนลงเหลือ 2.5 ล้านหยวน

- ตั้งแต่ 2550 เป็นต้นไป จีนตกลงจะยกเลิกข้อจำกัดทั้งหมด โดยต่างชาติสามารถถือหุ้นในธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยวได้ถึง 100% หรือร่วมทุนกับคนจีนโดยถือหุ้นมากกว่า 25% ทำธุรกิจได้ทั่วประเทศ มีสาขาได้ และมีทุนจดทะเบียนเท่ากับที่กำหนดให้กับบริษัทจีน แต่ยังไม่สามารถทำธุรกิจนำนักท่องเที่ยวจีนไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (รวมถึงฮ่องกง มาเก๊า และไทเป) ได้

Mode 4 (Movement of Natural Persons)

- จีนยอมให้บุคลากรต่างชาติเข้ามาทำงานในบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวได้เท่ากับที่ผูกพันใน horizontal commitment คือ ยอมให้ในกรณีการโยกย้ายผู้บริหารภายในบริษัทระหว่างสาขา โดยให้เข้ามาชั่วคราวในขั้นต้นไม่เกิน 3 ปี

กฎระเบียบและขั้นตอนทางกฎหมายภายในประเทศ

รัฐบาลจีนมีการออกกฎระเบียบเพื่อกำกับดูแลผู้ประกอบการตัวแทนท่องเที่ยวฉบับใหม่ เมื่อเดือนพฤษภาคม 2552 เพื่อให้สอดคล้องกับข้อผูกพันใน WTO ที่จะยกเลิกข้อจำกัดในการตั้งบริษัทท่องเที่ยวในจีนทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นข้อจำกัดในการถือหุ้นและทุนจดทะเบียน ข้อกำหนดเกี่ยวกับผลประกอบการ หรือเมืองที่ตั้งของสถานประกอบการ แต่ยังมีข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ outbound บางประการอยู่ สาระสำคัญของกฎระเบียบดังกล่าวสรุปได้ดังนี้

1. การลงทุนในธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยวของต่างชาติ

นักลงทุนต่างชาติ สามารถเข้ามาประกอบธุรกิจตัวแทนนำเที่ยวในจีน โดยเป็นเจ้าของ 100% หรืออาจร่วมทุนกับคนจีนก็ได้ โดยยกเลิกข้อกำหนดในกฎระเบียบฉบับเก่าเมื่อปี 2548 ที่ว่าบริษัทต่างชาติจะต้องมีรายได้ต่อปีเกิน 40 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และเป็นสมาชิกของสมาคมบริษัทตัวแทนเที่ยวในประเทศแม่เท่านั้น จึงเป็นการเปิดกว้างให้มีผู้สามารถลงทุนในธุรกิจนี้ได้มากขึ้น โดยกำหนดคุณสมบัติในการจัดตั้งธุรกิจไว้ ดังนี้

1) มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ และในกรณีเช่าสำนักงาน ต้องมีสัญญาเช่าเกิน 1 ปี

2) มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ได้แก่ โทรศัพท์แบบ fixed line มากกว่า 2 คู่สาย เครื่องโทรสาร 1 เครื่อง เครื่องถ่ายเอกสาร 1 เครื่อง และเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เข้าเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

3) มีทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 300,000 หยวน (เท่ากับที่กำหนดกับผู้ประกอบการชาวจีน)

2. ลักษณะของบริการที่อนุญาตให้ตัวแทนท่องเที่ยวต่างชาติ/ร่วมทุน

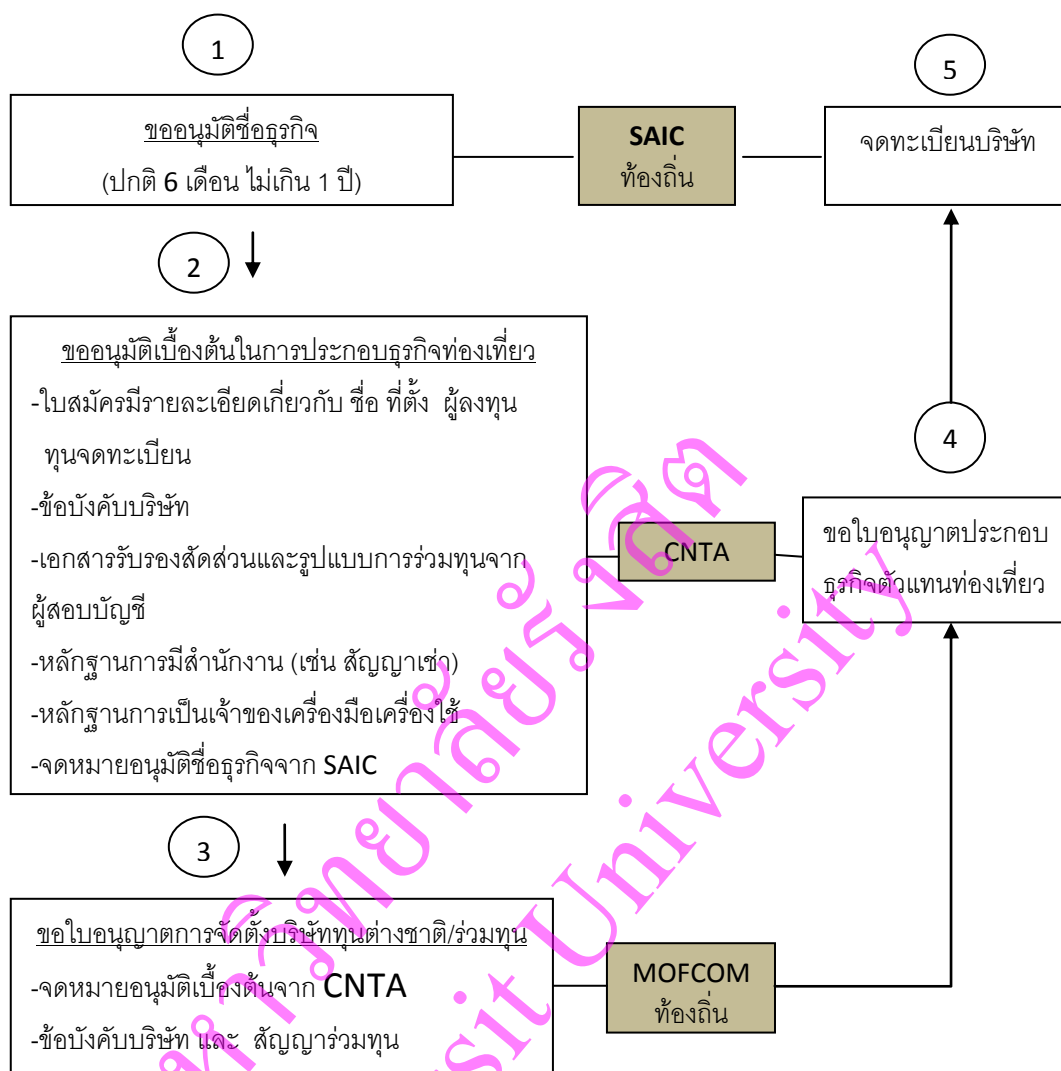
1) ทุนบริษัทสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวภายในประเทศจีน (domestic tourism) ได้

2) ทุนบริษัทสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงนักท่องเที่ยวจากฮ่องกง มาเก๊า และไทเป ในการท่องเที่ยวภายในประเทศจีน (inbound tourism) ได้

3) บริษัทที่ประกอบการมาแล้วมากกว่า 2 ปี สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจีนในการไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ รวมถึงฮ่องกง มาเก๊า และไทเป (outbound investment) ได้

3. ขั้นตอนการขอจัดตั้งบริษัท

ในการขอจัดตั้งบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นกรณีทุนต่างชาติ หรือร่วมทุนผู้ลงทุนจะต้องติดต่อ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและในระดับท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารอุตสาหกรรมและพาณิชย์ประจำท้องถิ่น (State Administration for Industry and Commerce : SAIC) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (China National Tourism Administration :CNTA) และกระทรวงพาณิชย์ประจำท้องถิ่น (Local Agency of Ministry of Commerce) โดยสรุปขั้นตอนได้ตามแผนภาพ ดังนี้



รูปที่ 5.1 ขั้นตอนการขอจัดตั้งบริษัท

ที่มา : สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2010 : 26.

4. การจัดตั้งสาขา (branch) เครือข่ายการให้บริการ (services network) และสำนักงานตัวแทน (representative office)

กฎระเบียบฉบับใหม่ ยกเลิกการห้ามมีสาขาของบริษัทตัวแทนนำเที่ยวต่างชาติ/ร่วมทุน โดยบริษัทที่ประสงค์จะมีสาขา สามารถจดทะเบียนกับ SAIC ประจำท้องถิ่นได้โดยตรง และขึ้นทะเบียนกับ CNTA ไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูล โดยที่สาขานั้นๆ จะต้องไม่มีการดำเนินธุรกิจที่เกินขอบเขตไปจากบริษัทแม่ สำหรับการตั้งเครือข่ายการให้บริการ สามารถกระทำได้ในกรณีที่บริษัทแม่ตั้งอยู่เท่านั้น โดยใช้วิธีจดทะเบียนเช่นเดียวกับการเปิดสาขา สำนักงาน

ตัวแทนสามารถรับลูกค้าและทำสัญญากับลูกค้าในนามของบริษัทแม่ได้ ส่วนสำนักงานตัวแทนจะถูกจำกัดขอบเขตในการทำธุรกิจ เช่น ธุรกิจที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เท่านั้น

5. ข้อกำหนดอื่นๆเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

เมื่อผู้ลงทุนสามารถจัดตั้งบริษัทแล้ว ในการดำเนินธุรกิจยังต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดเพิ่มเติม ได้แก่

1) ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว บริษัทจะต้องจัดทำสัญญากับนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดสำคัญเกี่ยวกับ ที่พัก การรับส่ง อาหาร ระยะเวลาในการพักผ่อน รวมถึงระบุสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมด้วย

2) บริษัทจะต้องประกันการปฏิบัติตามสัญญา โดยฝากเงินไว้กับธนาคารที่ CNTA กำหนด หรือใช้หนังสือค้ำประกันวงเงินจากธนาคารอื่น (bank guarantee) เพื่อประกันในกรณีที่บริษัทละเมิดสัญญาที่ทำไว้กับลูกค้า และปกป้องเงินมัดจำล่วงหน้าของลูกค้าในกรณีบริษัทล้มละลาย ทั้งนี้ จำนวนเงินประกันจะขึ้นกับประเภทธุรกิจและจำนวนสาขา กล่าวคือ บริษัทที่ทำธุรกิจ domestic และ inbound จะต้องมีเงินประกันเริ่มต้น 200,000 หยวน และอีก 50,000 หยวน สำหรับแต่ละสาขา ส่วนบริษัทที่ทำธุรกิจ outbound จะต้องเพิ่มอีกเบื้องต้น 1,200,000 หยวน และ 300,000 หยวนสำหรับแต่ละสาขา โดยเงินจำนวนนี้จะลดลงครึ่งหนึ่งเมื่อดำเนินธุรกิจไปแล้ว 3 ปี เมื่อไม่มีกรณีละเมิดสัญญา

3) บริษัทจะต้องมีการทำประกันอุบัติเหตุ ถ้าฝ่าฝืนจะถูกเพิกถอนใบอนุญาต

4) บริษัทจะต้องรายงานเมื่อมีการเข้าเมืองผิดกฎหมาย หากไม่รายงานจะมีโทษปรับระหว่าง 20,000-100,000 หยวน และระงับการทำธุรกิจเป็นเวลา 1-3 เดือน หรือเพิกถอนใบอนุญาต

5.4.2 กฎ ระเบียบ และขั้นตอนทางกฎหมายของการลงทุนธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร จัดอยู่ภายใต้หมวดธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Tourism and Travel Related Services) ซึ่งแม้ว่าจะยังไม่ได้รวมอยู่ในภายใต้ขอบเขตของ ACFTA แต่จีนได้ตกลงผูกพันเปิดตลาดบริการในสาขาดังกล่าวภายใต้กรอบ WTO แล้ว โดย

ธุรกิจร้านอาหาร รวมถึงบริการขายอาหาร เครื่องดื่ม ไม่ว่าจะเป็น ร้านกาแฟ โรงอาหาร ฟาสต์ฟู้ด บริการจัดเลี้ยง บาร์ สาระสำคัญของข้อตกลงมีดังนี้

Mode 1/ Mode 2 (Cross Border Supply/ Consumption Abroad)

เปิดให้ทำได้โดยไม่มีเงื่อนไข (อันที่จริง Mode1 และ 2 ไม่สามารถใช้กับธุรกิจร้านอาหาร เพราะเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถให้บริการแบบ cross border โดยไม่มีที่ตั้งอยู่ในจีน และไม่สามารถห้ามผู้บริโภคหากจะเดินทางไปใช้บริการในต่างประเทศได้)

Mode 3 (Commercial Presence)

ในระยะ 4 ปีแรกหลังจากเข้า WTO จีนอนุญาตให้ต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจร้านอาหารได้ในลักษณะร่วมทุนกับคนจีนเท่านั้น โดยต่างชาติสามารถถือหุ้นข้างมากได้ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา จีนได้ยกเลิกข้อจำกัดดังกล่าว ผู้ประกอบการต่างชาติที่ต้องการไปตั้งร้านอาหารในจีน จึงมี 2 ทางเลือก ได้แก่

- เข้าไปประกอบธุรกิจเอง โดยเป็นเจ้าของ 100% หรือ
- ร่วมทุนกับคนจีน โดยจะต้องมีส่วนในการลงทุนมากกว่า 25%

Mode 4 (Movement of Natural Persons)

จีนยอมให้บุคลากรต่างชาติเข้ามาทำงานในร้านอาหาร ดังนี้

- กรณีการโยกย้ายผู้บริหารภายในบริษัทระหว่างสาขา โดยให้เข้ามาชั่วคราวในขั้นต้นไม่เกิน 3 ปี

- กรณีผู้จัดการ ผู้เชี่ยวชาญ หรือพ่อครัว ที่มีสัญญาจ้างกับ ร้านอาหารต่างชาติ หรือ ร้านอาหารที่ต่างชาติร่วมทุนกับคนจีน

กฎ ระเบียบ และขั้นตอนทางกฎหมายภายในประเทศ

กฎ ระเบียบด้านการอนุญาตผู้ลงทุนต่างชาติเข้ามาประกอบการร้านอาหารในจีน สอดคล้องกับข้อผูกพันที่จีนตกลงใน WTO โดยผู้ประกอบการสามารถเป็นเจ้าของทั้งหมด หรือร่วมทุนกับคนจีนก็ได้ โดยการจดทะเบียนและขออนุญาตประกอบร้านอาหาร มีขั้นตอนดังนี้



รูปที่ 5.2 ขั้นตอนการจดทะเบียนและขออนุญาตประกอบร้านอาหาร
ที่มา : สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2010 : 35.

นอกจากนี้ ยังมีกฎระเบียบเกี่ยวกับนำเข้าวัตถุดิบ โดยต้องผ่านการตรวจสอบสินค้าเข้า (Entry -Exit Inspection) กฎระเบียบในการนำเข้าแรงงาน ซึ่งต้องขอใบอนุญาตทำงาน (work permit) รวมทั้งมีการตรวจโรคและขึ้นทะเบียนด้วย

5.4.3 กฎ ระเบียบ และขั้นตอนทางกฎหมายของการลงทุนธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรม จัดอยู่ภายใต้หมวดธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Tourism and Travel Related Services) ยังไม่ได้รวมอยู่ภายใต้ขอบเขตของ ACFTA แต่เงินได้ตกลงผูกพันเปิดตลาดบริการ ในสาขาดังกล่าวภายใต้กรอบ WTO ซึ่งครอบคลุมธุรกิจ ดังต่อไปนี้

- ธุรกิจโรงแรม อพาร์ทเมนต์ หรือธุรกิจอื่นๆ ที่ให้บริการพักผ่อนแก่ผู้เดินทางท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ โดยอาจเก็บค่าเช่าเป็นรายวัน หรือรายสัปดาห์
- ร้านอาหาร รวมถึงบริการขายอาหาร เครื่องดื่ม ไม่ว่าจะเป็น ร้านกาแฟ โรงแรม อาหาร ฟาสต์ฟู้ด บริการจัดเลี้ยง บาร์ รวมถึงบริการของโรงแรม

สาระสำคัญของข้อตกลงมีดังนี้

Mode 1/ Mode 2 (Cross Border Supply/Consumption Abroad)

เปิดให้ทำได้โดยไม่มีเงื่อนไข (อันที่จริง Mode 1 และ 2 ไม่สามารถใช้กับธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร เพราะเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถให้บริการแบบ cross border โดยไม่มีที่ตั้งอยู่ในจีน และไม่สามารถห้ามผู้บริโภคหากจะเดินทางไปใช้บริการในต่างประเทศได้)

Mode 3 (Commercial Presence)

ในระยะ 4 ปีแรกหลังจากเข้า WTO จีนอนุญาตให้ต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารได้ในลักษณะร่วมทุนกับคนจีนเท่านั้น โดยต่างชาติสามารถถือหุ้นข้างมากได้ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา จีนได้ยกเลิกข้อจำกัดดังกล่าว ผู้ประกอบการต่างชาติที่ต้องการไปตั้งโรงแรมหรือร้านอาหารในจีน จึงมี 2 ทางเลือก ได้แก่

- เข้าไปประกอบธุรกิจเอง โดยเป็นเจ้าของ 100% หรือ
- ร่วมทุนกับคนจีน โดยจะต้องมีส่วนในการลงทุนมากกว่า 25%

Mode 4 (Movement of Natural Persons)

จีนยอมให้บุคลากรต่างชาติเข้ามาทำงานในโรงแรมและร้านอาหาร ดังนี้

- กรณีการโยกย้ายผู้บริหารภายในบริษัทระหว่างสาขา โดยให้เข้ามาชั่วคราวในขั้นต้นไม่เกิน 3 ปี
- กรณีผู้จัดการ ผู้เชี่ยวชาญ หรือพ่อครัว ที่มีสัญญาจ้างกับโรงแรม ร้านอาหารต่างชาติ หรือโรงแรม ร้านอาหารที่ต่างชาติร่วมทุนกับคนจีน

กฎระเบียบและขั้นตอนทางกฎหมายภายในประเทศ

กฎระเบียบด้านการอนุญาตผู้ลงทุนต่างชาติเข้ามาประกอบการร้านอาหารในจีนสอดคล้องกับข้อผูกพันที่จีนตกลงใน WTO โดยผู้ประกอบการสามารถเป็นเจ้าของทั้งหมด หรือร่วมทุนกับคนจีนก็ได้ โดยการจดทะเบียนและขออนุญาตประกอบการร้านอาหาร มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนการจดทะเบียนและขออนุญาต



รูปที่ 5.3 ขั้นตอนการจดทะเบียนและขออนุญาต

ที่มา : www.thaibizchina.com, 28 ตุลาคม 2556.

นอกจากนี้ ยังมีกฎระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้าวัตถุดิบ โดยต้องผ่านการตรวจสอบสินค้าเข้า (Entry-Exit Inspection) กฎระเบียบในการนำเข้าแรงงาน ซึ่งต้องขอใบอนุญาตทำงาน (work permit) รวมทั้งมีการตรวจโรคและขึ้นทะเบียนด้วย

5.5 สรุป

การขยายตลาดเข้าสู่ตลาดจีน ของธุรกิจภาคบริการของไทย นอกจากจะต้องพิจารณาถึงข้อตกลงการค้าบริการจีนกับไทย ภายใต้กรอบ WTO และ ACFTA เพื่อสิทธิประโยชน์ทางการค้าแล้ว นั้น กฎเกณฑ์ด้านการลงทุนในภาคบริการของจีน กฎระเบียบ ขั้นตอนการดำเนินงานธุรกิจบริการ

ด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม ก็มีความสำคัญอย่างมาก เพราะมีขั้นตอนซับซ้อน และแบ่งรายละเอียดแยกย่อยออกไปตามลักษณะของแต่ละประเภทธุรกิจที่จะต้องขออนุญาต ดังนั้นผู้ประกอบการไทย ควรต้องศึกษาเฉพาะพื้นที่ตามแต่ละมณฑล อีกทั้งยังต้องศึกษาประเด็นด้านศักยภาพในแต่ละพื้นที่ ปัญหาและอุปสรรค ต่างๆ เพื่อการเตรียมความพร้อมและการวางแผนก่อนเข้าตลาดจีน สำหรับธุรกิจภาคบริการของไทย ถือว่าเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยมีความเข้มแข็งและมีคุณภาพระดับสากล เป็นที่ยอมรับของลูกค้าในระดับสากล นับว่าเป็นจุดเด่นของธุรกิจบริการไทย ทั้งนี้ การขยายตลาดไปต่างประเทศ ผู้ประกอบการไทย จำเป็นต้องศึกษากลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด และพฤติกรรมของตลาดในแต่ละพื้นที่ แต่ละมณฑล ซึ่งจะได้กล่าวถึง กรณีศึกษานครคุนหมิง มณฑลยูนนานในลำดับถัดไป

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 6

โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรมของไทย ในมณฑลยูนนาน

จากการที่เศรษฐกิจจีน เติบโตอย่างต่อเนื่อง และการเป็นประเทศที่มีขนาดประชากรมากที่สุดถึง 1,340 ล้านคน (คู่มือการลงทุนในสาธารณรัฐประชาชนจีน, 2555 : 1-2) ส่งผลให้จีนกลายเป็นตลาดขนาดใหญ่ ที่ได้รับความสนใจจากประเทศต่างๆ ดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ ในการขยายตลาดสู่ประเทศจีน และเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ทางการค้าของประเทศไทย และจีน (ยูนนาน) แล้ว มณฑลยูนนานจัดว่าเป็นมณฑลที่มีความใกล้ชิดกับไทยมากที่สุด ถึงแม้จะไม่มีพรมแดน ติดต่อกันโดยตรง เนื่องจากประเทศไทยตั้งอยู่ใจกลางอินโดจีน เป็นศูนย์กลางสำคัญของการเชื่อมโยงระหว่างอาเซียนกับจีน อีกทั้งประชาชนยังมีความใกล้ชิดและมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม อีกทั้งยังมีการติดต่อค้าขายมายาวนาน และเมื่อพิจารณาด้านธุรกิจที่ไทยมีศักยภาพและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม จัดว่าเป็นกลุ่มธุรกิจที่สร้างรายได้เข้าประเทศได้ปีละไม่น้อย

จากปัจจัยด้านขนาดของประเทศ และจำนวนประชากรที่มีขนาดใหญ่ ส่งผลให้ในแต่ละภูมิภาคของจีนมีความแตกต่างกันอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการอยู่ร่วมกันของ 56 ชนชาติ ที่แบ่งเป็นชาวฮั่น และชนกลุ่มน้อยต่างๆ ส่งผลให้พื้นฐานทางด้านสิ่งแวดล้อมความเป็นอยู่ สังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียม รวมไปถึง รูปแบบการค้าการลงทุน ระเบียบวิธีปฏิบัติ ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และเป็นปัจจัยที่นักลงทุนต่างชาติต้องศึกษาอย่างถ่องแท้ ก่อนการขยายตลาดเข้าสู่จีน นอกเหนือไปจากสิ่งที่ต้องพิจารณาจากกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระบบเวทีโลก อย่าง WTO และ FTA ดังนั้นในบทนี้ จะได้การศึกษาถึง การเข้าสู่ตลาดจีน ในพื้นที่นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ด้านจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และ โรงแรม โดยมีดังรายละเอียดต่อไป

6.1 ด้านการท่องเที่ยว

ธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยว สามารถแบ่งย่อยออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจที่พักธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสนันทนาการและความบันเทิง ธุรกิจขนส่งและธุรกิจการให้บริการการท่องเที่ยว ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 6.1 ประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว

ประเภท	รายละเอียด
ที่พัก	โรงแรม รีสอร์ท และที่พักแบบอื่นๆ
อาหารและเครื่องดื่ม	ร้านอาหารต่าง ๆ ร้านอาหารท้องถิ่น สถาบันทางอาหาร บริษัทจัดเลี้ยง ผับ และเล้าท์
ความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ	สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์แสดงศิลปะ สวนพันธุ์ไม้ สวนสัตว์ สวนน้ำ สวนสนุก บ่อนการพนัน
การขนส่ง คมนาคม	เครื่องบิน รถไฟ ทางพื้นดิน(รถประจำทาง และแท็กซี่)ทางน้ำ(เรือสำราญ เรือประจำทาง)
บริการทางการท่องเที่ยว	บริษัทจัดการด้านนิทรรศการและการประชุมต่าง ๆ ธุรกิจการบรรจุหีบห่อ การจองและการออกตั๋ว

ที่มา: ศูนย์อาเซียน-จีนศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ความต้องการของการท่องเที่ยวในมณฑลยูนนาน เริ่มต้นจากท่านประธาน เต็ง เสี่ยว ผิง ประกาศนโยบายปฏิรูปและเปิดกว้างทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2521 ประเทศจีนมีการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ซึ่งประกอบด้วย (1) ระยะแรกเป็นการเปิดประเทศจีนให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศจีน (2) ระยะที่สองเป็นการเปิดประเทศให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศจีนและเปิดให้ประชาชนชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้ และ (3)ระยะที่สามเป็นการเปิดการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบคือการเปิดให้ประชาชนจีนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ การเปิดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศจีน

และการเปิดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศได้ (Guangrui, 2006) จนทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโต และมีส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศจีนมากขึ้น

การท่องเที่ยวของชาวจีนในต่างประเทศ (Outbound Tourism) เริ่มต้นในช่วงปี พ.ศ. 2523 (ค.ศ.1980) และมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2533 (ค.ศ.1990) ในขณะเดียวกันการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกันเพราะการพัฒนาทางด้านความร่วมมือระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม และด้านอื่นๆ เจริญเติบโตไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน ในข้อเท็จจริงแล้ว นโยบายทางด้านนักท่องเที่ยวของรัฐบาลจีนมีผลกระทบน้อยมากต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว และการใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง การใช้จ่ายในจำนวนสูงของชาวจีนในการท่องเที่ยวในต่างประเทศ (Outbound Tourism) เป็นการสะท้อนให้เห็นช่องว่างของรายได้ระหว่างชาวจีนโดยรวมแต่ไม่ใช่เป็นตัวชี้วัดระดับรายได้ของชาวจีนทั้งหมด แม้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่มีระดับรายได้สูงในสังคม แต่การใช้จ่ายในระดับสูงของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันยังถือว่าเป็นการใช้จ่ายที่ไม่ค่อยมีเหตุผลตายตัว เพราะเป็นช่วงของพฤติกรรมเริ่มแรกที่ได้รับการเปิดให้เข้าสู่โลกภายนอก เมื่อการท่องเที่ยวของชาวจีนในต่างประเทศมีความสม่ำเสมอและเป็นพฤติกรรมของชาวจีนส่วนใหญ่ พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวก็จะมีความเป็นเหตุเป็นผลมาก

ในปี พ.ศ. 2554 (ค.ศ.2011) ธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศจีนมีรายได้รวม 2.25 ล้านล้านหยวน (ราว 11.25 ล้านล้านบาท) ส่วนในปี พ.ศ. 2555 (ค.ศ. 2012) ประมาณการว่ารายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศจีนจะสูงถึง 2.57 ล้านล้านหยวน (ราว 12.85 ล้านล้านบาท) มณฑลยูนนานได้รับความนิยมนำด้านการท่องเที่ยวมาก โดยมีสถิตินักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเกือบ 1 เท่าตัวจาก 1.81 ล้านคนในปี พ.ศ. 2549 (ค.ศ.2006) เพิ่มขึ้นเป็น 3.29 ล้านคนในปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010) จากเอกสารแสดงสถิติของมณฑลยูนนานประจำปี พ.ศ. 2554 (ค.ศ. 2011) (Yunnan Statistics Yearbook 2011) ในปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010) มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในมณฑลยูนนานที่เป็นชาวจีน (Domestic Tourism) จำนวน 138.37 ล้านคน ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมทั้งนักท่องเที่ยวจากฮ่องกง, มาเก๊า และไต้หวันเข้ามาท่องเที่ยวในมณฑลยูนนานจำนวนรวม 0.98 ล้านคน และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจากประเทศอื่นจำนวน 2.31 ล้านคน รวมนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดจำนวน 3.29 ล้านคนโดยในจำนวนนี้มีนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในมณฑลยูนนานจำนวน 0.31 ล้านคนเพิ่มขึ้นกว่า 4 เท่าจากจำนวน 0.07 ล้านคนในปี พ.ศ. 2549 (ค.ศ.

2006) ทา ให้มณฑลยูนนานมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีน (Domestic Tourism) จำนวน 100 พันล้านหยวน และมณฑลยูนนานมีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Inbound Tourism – Foreigners) รวมจำนวน 6.8 พันล้านหยวน หรือประมาณ 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ ตลาดการท่องเที่ยวในมณฑลยูนนานของประเทศจีน แบ่งออกได้เป็นแหล่งท่องเที่ยว 5 แหล่งประกอบด้วย 1) Kunming) ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลักคือ อุทยานป่าหิน ทะเลสาบเตียนฉือ และเทศกาลพืชสวนโลก เป็นต้น 2) Dali) ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลักคือ เมืองโบราณต้าหลี่ ทะเลสาบเอ๋อไห่ และเจดีย์สามองค์ เป็นต้น 3) Lijiang) ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลักคือ เมืองเก่าลี่เจียง หุบเขาเสือกระโจน การแสดงดนตรีโบราณของชาวนาซี และภูเขาหิมะมังกรหยก เป็นต้น 4) Shangri-la) ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลักคือ ไป๋ส่วยไถ ทะเลสาบปิถาไห่ วัดซงจ้านหลินชื่อ เป็นต้น 5) Xishuangbanna) ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลักคือ สวนหม่านทิง หมู่บ้านกาหลันป่า ศาลาแปดเหลี่ยม เป็นต้น (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2550 : 104-106)

ตัวอย่างรายชื่อของผู้ประกอบการและตัวแทนหลักของธุรกิจนำเที่ยวที่จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในนครคุนหมิง มณฑลยูนนานในปี พ.ศ. 2555 (ค.ศ. 2012) ประกอบด้วย

1. Kunming Comfort Yong Feng Travel Service Co., Ltd.
2. Kunming International Scenic Travel Co., Ltd.
3. Kunming China International Travel Service
4. China Golden Bridge Service Corporation Ltd., Kunming Branch.
5. Yunnan Panda International Tour.
6. Kunming Comfort Yongan Travel Service Co., Ltd.
7. Yunnan Horizontal Golf Sport Service Co., Ltd.
8. CTS Guiyang
9. CITS Guizhou
10. Guizhou Pacific International Travel.
11. Guizhou Pacific International Travel Agency Co., Ltd.
12. CYTS Tours Co., Guizhou.
13. Guizhou Shanshui International Travel.
14. China Travel Service Head Office Guizhou Co., Ltd.
15. Guizhou Overseas

16. Guangxi Comfort.
17. Guangxi
18. CYTS
19. Guangxi CTS
20. Guangxi Overseas
21. CTS Guilin Branch
22. Guilin Comfort International Travel Service Co., Ltd.
23. Guilin Zhengda International Travel Service Co., Ltd.

ตัวอย่างรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ให้บริการการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศจีน จัดทำโดย การท่องเที่ยวแห่งมณฑลยูนนาน (Yunnan Tourism Authority) ดังข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 6.2

ตารางที่ 6.2 ตัวอย่างรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ให้บริการการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศจีน

ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการภาษาจีน	ชื่อผู้ประกอบการภาษาอังกฤษ
1	云南海外旅游总公司	Yunnan Overseas Travel Service
2	昆明中国国际旅行社	Kunming China International Travel Service (KMCITS)
3	昆明风光国际旅行社有限责任公司	Kunming International Scenic Travel Co., Ltd
4	云南金孔雀旅游集团国际旅行社有限公司	Yunnan Golden Peacock Tour Group International Travel Service Co.,Ltd.
5	瑞丽市海外旅游有限责任公司	Ruili Overseas Travel Corporation Limited
6	云南河口国际旅行社	International Travel Service of Hekou Yunnan
7	云南省中国旅行社	China Travel Service (Yunnan)

ตารางที่ 6.2 ตัวอย่างรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ให้บริการการท่องเที่ยวทั้งภายในและ
ภายนอกประเทศจีน (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการภาษาจีน	ชื่อผู้ประกอบการภาษาอังกฤษ
8	大理三塔国际旅行社有限公司	DaLi Santa International Travel Service
9	昆明铁路国际旅行社 (集团)	Kunming Railway International Travel Service
10	昆明旅行社 (国际) 有限公司	Kunming Travel Service (International) Co.,Ltd
11	云南中青国际旅行社有限公司	China Youth Travel Service Co.,Ltd Yunnan
12	云南科技国际旅行社	Yunnan Int'l Travel Service for S.&T.(STITS YN)
13	昆明风情国际旅游 (集团) 有限公司	Kunming Scenery-Custom International Travel Co.,Grp Ltd (KSIT)
14	大理海外旅行社有限公司	Dali Overseas Travel Service Co.,Ltd
15	云南省国际旅行社	Yunnan International Travel Service (Y.I.T.S)
16	丽江滇西北国际旅行社有限公司	Lijiang Northwest of Yunnan International Travel Service Co.,Ltd
17	景洪市国际旅行社有限责任公司	Jinghong China Int'l Travel Service Co.,Ltd
18	云南航空国际观光旅行社	Yunnan Aviation Int'l Sight-seeing Travel Service (YAISTS) YUNNAN AVIATION INT'L SIGHT-SEEING TRAVEL SERVICE (YAISTS)

ที่มา: Yunnan Tourism Authority

(สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2550 : 123-124)

การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของธุรกิจนำเข้าเพื่อเข้าสู่ตลาดจีน

6.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

สำหรับบริการของบริษัททัวร์ ที่รับนักท่องเที่ยวชาวจีน จะมีไกด์และพนักงานที่พูดภาษาจีนได้ มีความรู้เกี่ยวกับประเทศจีน และเข้าใจประเพณี วัฒนธรรมจีนเป็นอย่างดี

1) ท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การควบคุมคุณภาพ และการกำกับมาตรฐาน ธุรกิจนำเข้าเป็นธุรกิจบริการ กลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยว ถ้าเราสามารถสร้างความพึงพอใจในบริการ ก็จะมีโอกาสใช้บริการต่อไป ฉะนั้น บริษัททัวร์ต่างๆ ก็พยายามให้บริการที่ดี ควบคุมคุณภาพ กำกับมาตรฐาน เพื่อรักษามาตรฐานลูกค้าไว้

2) การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการโดยเจ้าของธุรกิจ ธุรกิจนำเข้าเที่ยวเป็นธุรกิจที่ไม่โต คนที่เป็นไกด์ถ้าทำมาหลายปี พอมีลูกค้า พอมีทุน ก็มักจะแยกตัวออกไปตั้งบริษัทเอง ฉะนั้นเจ้าของธุรกิจส่วนมากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านทัวร์มาก่อน บริหารเอง ซึ่งสามารถดูแลอย่างใกล้ชิด

3) ธุรกิจสนับสนุน และซัพพลายเออร์ธุรกิจนำเข้าของไทย

ธุรกิจร้านอาหาร ประเทศไทยมีร้านอาหารเป็นจำนวนมาก และอาหารไทยก็เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป คนจีนก็นิยม ชอบอาหารไทย ที่ประเทศไทยมีทั้งอาหารจีน ไทย ฝรั่งเศส นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกอย่างอิสระ

ธุรกิจโรงแรม การบริการของโรงแรมของไทยมีชื่อเสียงมาก บริการอย่างเป็นกันเอง และการบริการนั้นมีมาตรฐานสูง

แหล่งช้อปปิ้ง ประเทศไทยมีแหล่งช้อปปิ้งมากมาย ทั้งมีร้านขายของตามแหล่งท่องเที่ยวและมีห้างสรรพสินค้า ที่สำคัญที่สุดคือสินค้าของไทยมีความสวยงามและประณีตและราคาไม่แพง เสื้อผ้า กระเป๋าหนัง อัญมณีและของที่ระลึก ศิลปหัตถกรรมเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมซื้อ

6.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1) การบริหารจัดการ

เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวใช้เงินทุนไม่มาก และเป็นธุรกิจไม่ใหญ่โต เจ้าของบริหารจัดการเอง จะไม่มีการจ้างผู้เชี่ยวชาญ ยกเว้นบางกรณีบริษัทใหญ่อาจจะจ้างผู้ที่ทำการตลาดเก่งมาทำการตลาด

การขอรับคำปรึกษาจากเครือข่ายสมาคมธุรกิจ การร่วมกันจัดประชุมสัมมนา ระดมสมอง เพื่อพัฒนาธุรกิจ ด้านต่างๆ มีธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ต่างคนต่างแย่งลูกค้าบริษัททัวร์จึงไม่ค่อยมีการปรึกษาหารือ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันหรือสร้างเครือข่ายบทบาทของสมาคมคือกำหนดมาตรฐานหรือเสนอข้อเรียกร้องต่างๆ ผ่านสมาคมไปยังรัฐบาล

2) การตลาด

ช่องทางในการจัดจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยว คนจีนมาเที่ยวเมืองไทย ส่วนมากซื้อโปรแกรมทัวร์จากบริษัททัวร์จีน ฉะนั้น ช่องทางในการจัดจำหน่ายโปรแกรมส่วนมากคือ บริษัททัวร์ไทยเสนอรายการทัวร์พร้อมราคาให้บริษัททัวร์จีน หรือบริษัททัวร์จีนส่งรายการทัวร์มาให้บริษัททัวร์ไทยจัดการและเสนอราคา บริษัททัวร์จีนเป็นผู้โฆษณาประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยว

การตั้งบริษัทนำเที่ยวในจีน ตามกฎหมายจีน สามารถตั้งบริษัททัวร์ในจีนได้ ตั้งแต่ปี 2003 ประเทศจีนก็อนุญาตให้บริษัทต่างชาติไปตั้งบริษัททัวร์ในจีนได้ แต่เนื่องจากว่า ประการที่หนึ่งทุนจดทะเบียนสูงถึง 2 ล้าน 5 แสนหยวน ประการที่สองบริษัททัวร์จีนเช่น China International Travel Service (CITS) China Travel Service (CTS) มีเครือข่ายกระจายอยู่เมืองต่างๆทั่วประเทศ สามารถผูกขาดการตลาดได้ ดังนั้น บริษัททัวร์ต่างประเทศยากที่จะไปแย่งลูกค้าได้ วิธีที่ดีที่สุดคือความร่วมมือ บริษัททัวร์ไทยเสนอเงื่อนไขที่ดี เสนอคุณภาพที่ดีแก่บริษัททัวร์จีน บริษัททัวร์จีนก็หาลูกค้ามาให้บริษัททัวร์ไทย

3) การเงิน

เนื่องจากว่าธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นง่าย ไม่ต้องมีโรงงาน ไม่ต้องซื้อวัตถุดิบมาผลิตและไม่ต้องซื้อเครื่องจักร จึงใช้ทุนน้อย และเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นง่าย และปิดกิจการง่าย ดังนั้น จึงไม่มีหลักประกันอะไรมากที่จะไปขอเงินกู้หรือแหล่งเงินสนับสนุนธุรกิจนำเที่ยวต้องอาศัยตัวเองในการขยายกิจการมากกว่าที่จะได้เงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐหรือจากแหล่งเงินทุนอื่น

ความเข้มแข็งด้านเงินทุนของผู้ประกอบการธุรกิจ ค่อนข้างมีน้อยถ้าเทียบกับธุรกิจบางประเภท และถ้าผู้ประกอบการของไทยมักมีเงินทุนหรือความเข้มแข็งด้านเงินทุนน้อยกว่าผู้ประกอบการจีน เนื่องจากว่าธุรกิจนำเที่ยวของจีนส่วนมากมีรากเหง้ามาจากรัฐวิสาหกิจ ฉะนั้นผู้ประกอบการจะมีที่ทำงานใหญ่โต มีพนักงานมาก และมีความเข้มแข็งด้านเงินทุน หลังจากมีการ

แปรรูปแล้ว บางแผนก็ให้บุคคลรับผิดชอบไป ความเข้มแข็งด้านเงินทุนมีการลดลงอยู่บ้าง แต่โดยทั่วไปแล้ว ยังคงมีความเข้มแข็งด้านการเงินทุนดี

6.1.3 โอกาส (Opportunities)

ด้านความต้องการ

มีแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศมีเพิ่มมากขึ้นทุกปี เนื่องจากปัจจุบันชาวจีนมีค่านิยมในการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป โดยในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นจากปี 2549 ที่มีจำนวน 34.52 ล้านคน เป็น 40.95 ล้านคน

ชาวจีนมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น (ปี 2007 GDP ต่อหัวอยู่ที่ 2,280 เหรียญสหรัฐฯ) ทำให้ความสามารถในการเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวไทยนั้นร้อยละ 28.79 มีรายได้อยู่ที่ 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

ประเทศไทยกับประเทศจีนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันมายาวนาน และประเทศไทยก็เป็นประเทศแรกๆ ที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้ประชาชนเดินทางมาท่องเที่ยว

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวไทยพบว่าร้อยละ 49 มาเป็นครั้งแรกแสดงว่ายังมีโอกาสสูงที่ชักชวนนักท่องเที่ยวเหล่านี้มาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่สอง หรือครั้งที่สาม และร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวแสดงเจตนาจะกลับมาเที่ยวไทยอีก

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและมีความหลากหลายสามารถดึงดูดให้ชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวได้ โดยจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวร้อยละ 46.97 สนใจแหล่งวัฒนธรรม เช่นเที่ยวชมโบราณสถาน พระราชวัง ร้อยละ 44 สนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่นทะเล ร้อยละ 30 สนใจนวดแผนไทย สุขภาพ ใช้บริการในโรงพยาบาล และร้อยละ 19 สนใจ ผจญภัย ปีนเขา ไรด์ตัว ล่องแก่ง เป็นต้น

6.1.4 อุปสรรค (Threats)

1) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

นักท่องเที่ยวชาวจีนเน้นซื้อเสียงของบริษัททัวร์เป็นอันดับแรกในการตัดสินใจ โดยจากการสำรวจพบว่าร้อยละ 74 ให้ความสำคัญเรื่องของชื่อเสียงมากที่สุด

จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 77.27 ของนักท่องเที่ยวจีนจะซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์จีน และร้อยละ 4-5 ซื้อโปรแกรมจากบริษัททัวร์ไทย นักท่องเที่ยวชาวจีนจะพิจารณาเรื่องของคุณภาพและความเหมาะสมของราคาในการเลือกบริษัททัวร์

2) อุปสรรคของสินค้าทดแทน

นักท่องเที่ยวจีนส่วนมากซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์จีน บริษัททัวร์จีนมักจะจัดเส้นทาง ไทย-สิงคโปร์-มาเลเซีย แต่ในขณะนี้ประเทศเวียดนาม ฟิลิปปินส์ ก็เป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมไป เวียดนาม ซึ่งสามารถไปได้หลายทาง และมีความสะดวกในการเดินทาง เช่น สามารถนั่งรถไฟระหว่างประเทศ โดยไม่ต้องถือหนังสือเดินทาง แค่แสดงบัตรประชาชนก็สามารถเข้าเวียดนามได้

3) ความเข้มข้นในการแข่งขัน

ในปี 2007 ประเทศจีนมีบริษัททัวร์ถึง 22,387 บริษัท ทำให้การแข่งขันกันมากในเรื่องของการตัดราคา ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของที่มาทัวร์ศูนย์เหรียญ

มีการแข่งขันในเรื่องคุณภาพค่อนข้างสูง เน้นเรื่องที่พัก อาหารการกิน และคุณภาพของไกด์ หลังจากสิ้นสุดโปรแกรมทัวร์จะมีการประเมินผลของไกด์ ของบริษัททัวร์ ถ้าเกิดการร้องเรียน รัฐบาลจีนสามารถเพิกถอนใบอนุญาตการนำนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้

มีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต ผ่านหนังสือพิมพ์ ผ่านข้อความมือถือ ผ่านจดหมาย เป็นต้น และมีการร่วมมือกับรัฐบาล สถานทูตประจำประเทศจีนจัดการโฆษณา จัดการแสดงศิลปวัฒนธรรม หรือสัปดาห์วัฒนธรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

4) การตั้งบริษัทนำเที่ยวในจีน

ตามกฎหมายจีน สามารถตั้งบริษัททัวร์ในจีนได้ ตั้งแต่ปี 2003 ประเทศจีนมีการอนุญาตให้บริษัทต่างชาติไปตั้งบริษัททัวร์ในจีนได้ แต่เนื่องจากว่า ประการที่หนึ่งทุนจดทะเบียนสูงถึง 2 ล้าน 5 แสนหยวน ประการที่สองบริษัททัวร์จีน เช่น China International Travel Service (CITS) China Travel Service (CTS) มีเครือข่ายกระจายอยู่เมืองต่างๆทั่วประเทศ สามารถผูกขาดการตลาดได้ ดังนั้นบริษัททัวร์ต่างประเทศยากที่จะไปแย่งลูกค้าได้ วิธีที่ดีที่สุดคือความร่วมมือกับบริษัททัวร์ในจีน

5) อุปสรรคของผู้ผลิตใหม่ในตลาด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่ารัฐบาลหรือบริษัททัวร์พยายามยกระดับคุณภาพบริการให้ดีขึ้น และที่ผ่านมามีคุณภาพได้มีการยกระดับสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญเป็นปัญหาที่มีการพูดคุยมานาน แต่ปัจจุบันยังเป็นอยู่

6) กฎระเบียบของภาครัฐที่เป็นอุปสรรคแก่ธุรกิจนำเข้า

มาตรการค่อนข้างเข้มงวดสำหรับคนต่างชาติ ที่จะเข้าไปประกอบธุรกิจ นำเที่ยวในจีน และอาชีพไกด์เป็นอาชีพสงวน ต่างชาติที่เข้าไปตั้งบริษัททัวร์ในจีนจะมีเงื่อนไขค่อนข้างสูง

ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญเกิดขึ้นในกลุ่มทัวร์ได้วันมาก่อน แล้วขยายมาถึงทัวร์จีนมีบริษัททัวร์ได้วันและจีนหรือนักธุรกิจได้วันและจีนเข้ามาจัดตั้งบริษัททัวร์โดยใช้ชื่อคนไทยเป็นคนจดทะเบียนบริษัท

6.2 ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

นโยบายส่งเสริมโครงการครัวไทยสู่โลก

เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สมบูรณ์ อาหารไทยเป็นที่รู้จักและนิยมของชาวต่างชาติ รัฐบาลจึงกำหนดเป็นเป้าหมายในการพัฒนาประเทศให้ไทยเป็นครัวของโลก(Kitchen of the World) และได้ก่อตั้งโครงการครัวไทยสู่โลก เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2546 โดยมีมุ่งดำเนินการอย่างเป็นระบบให้มีการขยายตัวของร้านอาหารไทยที่มีคุณภาพดี ส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และการส่งออกสินค้าอาหารและสินค้าอื่นๆ จากอุตสาหกรรมต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายให้อาหารไทยได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ของโลกเพื่อส่งออกความเป็นไทย(Thai-ness) ได้แก่ อาหารสด วัตถุดิบ เครื่องปรุง รวมทั้งสินค้าและบริการอื่นๆ เช่น สินค้าจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เผยแพร่ภาพลักษณ์ในเรื่องวิถีไทย(Thai Lifestyle) ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกด้วย

ในโครงการครัวไทยสู่โลกนี้ได้ให้ความสำคัญตั้งแต่วัตถุดิบในการประกอบอาหาร ตัวอาหาร จนถึงร้านอาหาร คือเป็นการมองตั้งแต่ต้นทางจนถึงผู้บริโภคปลายทาง ซึ่งในกระบวนการส่งเสริมโครงการดังกล่าวประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่

1. พัฒนาบุคลากร และการบริหารจัดการร้านอาหาร การกำหนดมาตรฐานพ่อครัว/แม่ครัวไทย การเจรจาเกี่ยวกับการไปทำงานของพ่อครัว/แม่ครัวไทยในต่างประเทศ การแก้ไขปัญหาวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน (Work Permit)
2. อำนวยความสะดวกจัดหา/ประสานงานด้านเงินทุนและความช่วยเหลืออื่นๆ
3. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์โครงการครัวไทยสู่โลก ดำเนินการสร้างภาพลักษณ์อาหารไทยและร้านอาหารไทย

ทั้งนี้โครงการมีการมอบเครื่องหมาย Thai Select แก่ร้านอาหารที่มีคุณภาพ เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทยที่มีคุณภาพ และเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยตื่นตัว ตลอดจนให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระดับร้านอาหารให้ดีขึ้น

สำหรับตลาดจีนเป็นหนึ่งในตลาดใหม่ที่อยู่ในเป้าหมายปี 2551 ที่กรมส่งเสริมการส่งออกต้องการเพิ่มจำนวนร้านอาหารไทยในต่างประเทศขึ้นเป็นจำนวน 15,000 ร้าน นอกจากนี้กรมส่งเสริมการส่งออก ยังมีเป้าหมายในการให้เครื่องหมาย Thai Select แก่ร้านอาหารไทยในต่างประเทศเพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานร้านอาหารไทยที่มีคุณภาพ ใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทย และเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยตื่นตัว และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระดับร้านอาหารให้ดีขึ้น โดยขณะนี้ร้านอาหารไทยที่ได้รับเครื่องหมาย Thai Select มีจำนวนมากกว่า 1,155 ร้าน อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด 414 ร้าน และในประเทศจีน 27 ร้าน (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2553 : 1-4)

จากการที่กรมส่งเสริมการส่งออกได้เริ่มส่งเสริมธุรกิจร้านอาหารไทยตั้งแต่ปี 2541 ซึ่งขณะนั้นมีร้านอาหารไทยทั่วโลกเพียงประมาณ 5,000 ร้าน เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 11,800 ร้าน ในปี 2550 คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 15 ต่อปี ความสำเร็จนี้เนื่องจากรัฐบาลมีการส่งเสริมให้มีการขยายตัวของร้านอาหารไทยออกไปยังต่างประเทศอย่างเป็นระบบ และจากเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของอาหารไทยเรื่องของรสชาติที่เผ็ด เบี้ยว กลิ่นหอมของสมุนไพรไทย การใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ ความพิถีพิถันในการตกแต่งอาหาร และเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ นอกจากนี้ การตกแต่งร้านที่มีเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทย ตลอดจนการให้บริการของพนักงานไทยที่มี

ความอ่อนโยน ยิ้มแย้มด้วยจิตใจที่ต้องการให้บริการ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaifoodrestaurant.com>)

หลังจากประเทศจีนเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ในปี 2550 ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถเข้ามาลงทุนธุรกิจร้านอาหารในประเทศจีนได้ โดยต้องขออนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข ก่อนดำเนินการจัดตั้งธุรกิจตามกฎหมาย ระเบียบว่าด้วยการลงทุนร้านอาหารในจีน ในกรณีที่จะจัดงานแสดง (Show) ต้องขออนุญาตจากกระทรวงวัฒนธรรมก่อนผู้ประกอบการร้านอาหารเอกชนในประเทศจีนมีการรวมตัวกันตั้งสมาคม 2 ประเภท ได้แก่สมาคมร้านอาหารจีนในต่างประเทศ และสมาคมร้านอาหารในประเทศจีน โดยได้แบ่งตลาดร้านอาหารในประเทศจีนเป็น 4 ประเภท คือ อาหารจีน อาหารฝรั่ง อาหารอิสลาม และอาหารจานด่วน (Fast food) ส่วนร้านอาหารไทยยังไม่มีการจัดประเภทเนื่องจากร้านอาหารไทยในประเทศจีนยังมีไม่มากนักอาหารจีนเป็นอาหารที่ติดอันดับ 1 ใน 3 ของโลก 3 ด้วยรสชาติและความหลากหลาย เป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตควบคู่กับธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม ธุรกิจร้านอาหารจีนมีอยู่มากมาย ทั่วประเทศ หลายระดับ และหลายประเภท(สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา, 2553 : 1-4)

เมื่อพิจารณาจากร้านอาหารไทยในเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน จัดว่ายังมีไม่มากนัก ดังจะเห็นได้จากรายชื่อร้านอาหารไทย 6 ร้านคือ

1. ร้านบ้านไทย (Mantai Canting, Ban Thai Restaurant)
Add : 18th Fl., Sakura Hotel, No. 29 Dongfeng East Rd., Kunming
Tel : 0871-316-5888
Fax : 0871-313-5189-
2. Blue Bird (Qingniao) Kunming Blue Bird Food and Beverage Co., Ltd.
Add : No. 127 Dongfeng West Rd., Kunming (Opposite Artistic Drama House) Tel : 0871-361-0478, 532-2449
Fax: 0871-531-4071
3. ร้านบางกอกคาเฟ่ (Mangu kafei, BangkokBangkok Café)
สาขาที่ 1
Add : No. 44 Wenhua xiang, Wenlin Rd., Kunming Tel : 0871-531-0669
สาขาที่ 2

Add : Kunmingzoulang 3U-31, No. 17 Renminzhong Rd., Kunming Tel :
0871-310-0398, 310-1806

4. ร้านไท่หลาย (Tailai)

สาขาที่ 1

Add : No. 66 Ru'an Rd., Kunming Tel : 13888936616, 660-8225

สาขาที่ 2

Add : No. 6 Wacangzhuang Rd., Kunming Tel : 0871-362-0572

5. Moonlight Corner (Riyuewan Canting)

Moonlight Corner Restaurant Co., Ltd.

Add : Kunming Expo Garden Golf Center, Rear gate of Golden Temple or
North 3rd gate of Expo Garden, Kunming

Tel : 0871-501-3125 Fax : 0871-501-3565

6. Like Bali

Add : No. 2 Cuihu Junyuan (Qingyun Jie), Kunming

Tel : 0871-5108588

(ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaibizchina.com/>

thaibizchina/th/thai-affairs/thai-restaurant/index.php?ELEMENT_ID=335)

การวิเคราะห์ SWOT Analysis ธุรกิจร้านอาหารไทย เพื่อเข้าสู่ตลาดจีน

การวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจร้านอาหารไทย ประกอบด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยจุดแข็ง จุดอ่อน เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญภายในธุรกิจร้านอาหารไทย ส่วนโอกาสและอุปสรรคเป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอกซึ่งหมายถึงตลาดจีน

6.2.1 จุดแข็ง (Strengths)

การผลิตบริการร้านอาหารไทย และปัจจัยการผลิต

1. อาหารไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะในด้านรสชาติที่มีรสเผ็ด เบี้ยว มีกลิ่นหอมของเครื่องปรุง เครื่องเทศ และดีต่อสุขภาพ (Tasty Spicy Healthy)

2. ด้านปัจจัยการผลิต มีการเลือกวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน

3. การบริการที่เยี่ยมเยียม ด้วยความเป็นไทย ที่สร้างความประทับใจให้กับชาวต่างชาติ
4. ด้านองค์ความรู้อาหารไทยของแต่ละภาคที่มีจุดเด่นในกลิ่น รสที่แตกต่างกันจากการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น
5. มีการมอบเครื่องหมาย Thai Select แก่ร้านอาหารที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างมาตรฐาน และ ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทยที่มีคุณภาพ
6. มีการตกแต่งและประดับร้านที่เน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย

กลยุทธ์ที่ธุรกิจร้านอาหารไทยดำเนินการในปัจจุบัน

1. การร่วมทุนกับต่างประเทศ เช่น แอสแอนด์พี ร่วมทุนกับนักธุรกิจไนไต้หวัน
2. การขยายธุรกิจ ในต่างประเทศ และในประเทศ ตลอดจนการขายแฟรนไชส์ เช่น ร้าน Black Canyon

นโยบายภาครัฐไทยต่อการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทย

1. ส่งเสริมให้มีการลงทุนในต่างประเทศในโครงการครัวไทยสู่โลก ส่งเสริม 3 ด้านคือพัฒนาบุคลากร และการบริหารจัดการ ประสานงานด้านเงินทุน และส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์
2. วิทยาลัยแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน จัดการทดสอบเพื่อได้หนังสือรับรองมาตรฐานฝีมือแรงงานต่างชาติ สาขาผู้ประกอบการอาหารไทย

ธุรกิจสนับสนุน และซัพพลายเออร์ธุรกิจร้านอาหารไทย

1. ธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องปรุง เครื่องเทศ OTOP ต่างๆ ที่ได้มาตรฐาน ปัจจุบันมีการส่งออกมากขึ้น
2. ธุรกิจฝึกอบรมพ่อครัว แม่ครัวไทย โดยมีใบรับรองจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
3. มีเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ธุรกิจทัวร์ ฯลฯ

6.2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

การผลิตบริการร้านอาหารไทย

1. ประเภทและชนิดของอาหารยังไม่หลากหลายเมื่อเทียบกับอาหารจีน

2. ข้อจำกัดด้านภาษาจีน

การตลาด

1. ร้านอาหารไทยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวบริหารจัดการยังไม่เป็นสากล
2. การขยาย แฟรนไชส์ ซึ่งเป็นระบบที่ขยายสาขาได้เร็ว ยังไม่แพร่หลาย
3. อาหารไทยยังไม่สามารถเป็นอาหารหลักในตลาดจีน

กลยุทธ์ที่ธุรกิจร้านอาหารไทยดำเนินการในปัจจุบัน

1. ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งมีเงินทุนจำกัด

6.2.3 โอกาส (Opportunities)

ความต้องการอาหารไทยในตลาดจีน

1. จีนเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ที่มีประชากรในพื้นที่ที่ศึกษา 5 เมือง อยู่ในมณฑลที่มีรายได้สูง 6 อันดับแรกของประเทศ
2. ชาวจีนคุ้นเคยกับการรับประทานอาหารนอกบ้าน (เจาะจากการค้า เลี้ยงสังสรรค์) และชาวจีนรุ่นใหม่ยอมรับวัฒนธรรมอาหารของต่างประเทศโดยง่าย
3. ชาวจีนรุ่นใหม่ มีการศึกษา และมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นนิยมบริโภคอาหารหลากหลาย รวมทั้งอาหารรสจัด เช่นอาหารไทย และยังสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะอาหารที่มีส่วนผสมของสมุนไพร ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของอาหารไทย
4. นักธุรกิจชาวต่างชาติจำนวนมาก มีประสบการณ์การบริโภคอาหารไทยมาก่อน และชอบอาหารไทย และการบริการของร้านอาหารไทย
5. ร้านอาหารไทยในตลาดจีนยังมีจำนวนไม่มาก

เงินทุน

1. มีแหล่งเงินทุนสนับสนุนธุรกิจ กรณีลงทุนในต่างประเทศ จากสินเชื่อโครงการครัวไทยสู่โลกจาก SME Bank และ บริการสนับสนุนร้านอาหารไทยในต่างประเทศจาก EXIM Bank ให้กับ SME
2. มีการส่งเสริมการร่วมทุนระหว่าง SME ของประเทศในกลุ่มอาเซียน จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น

นโยบายภาครัฐ

1. รัฐบาลจีนสนับสนุนการลงทุนอุตสาหกรรมบริการจากต่างประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2549-2553) และรัฐบาลท้องถิ่นบางแห่งส่งเสริมธุรกิจร้านอาหาร เช่น ปักกิ่ง เชียงไฮ้ กวางโจว

6.2.4 อุปสรรค (Threats)

สินค้าทดแทน

1. ในประเทศจีนมีอาหารต่างชาติมาก เช่น อาหารอเมริกัน ยุโรป ญี่ปุ่น เกาหลี ทำให้การแข่งขันสูง
2. ร้านอาหารจีนเป็นคู่แข่งที่สำคัญ ร้านอาหารไทยต้องแข่งขันกับอาหารท้องถิ่น เช่น อาหารกวางตุ้ง อาหารเสฉวน
3. มีร้านที่ไม่ใช่ร้านอาหารไทยแท้ ทำให้ไม่ได้รสชาติไทยที่แท้จริง เป็นการเลียนแบบอาหารและอาจทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดในรสชาติอาหารไทย

ปัจจัยการผลิต

1. วัตถุดิบด้านสมุนไพรที่ใช้ปรุงอาหารของไทยแม้หาซื้อได้ในจีน แต่มีราคาค่อนข้างสูงเนื่องจากต้องผ่านพ่อค้าขายส่งและพ่อค้าคนกลางหลายทอด ส่งผลให้อาหารไทยมีราคาสูงกว่าเมื่อเทียบกับอาหารจีนและอาหารต่างชาติที่อยู่ในระดับเดียวกัน

อุปสรรคของผู้ผลิตใหม่ในอนาคต

1. ต้นทุนค่าเช่าที่ดินสูงโดยเฉพาะในเขตพื้นที่ร้านธุรกิจที่สำคัญ
2. การหาผู้ร่วมทุนทางธุรกิจที่น่าเชื่อถือในจีนค่อนข้างยาก หากเลือกผิด ก็อาจทำให้เกิดความล้มเหลวในการทำธุรกิจได้

อุตสาหกรรมสนับสนุน

1. ขาดสถาบันเปิดสอนการทำอาหารไทยในจีนที่ได้มาตรฐาน

นโยบายภาครัฐ และกฎระเบียบต่างๆ

1. มีการควบคุมด้านสุขอนามัยร้านอาหารเข้มงวด

2. กฎระเบียบการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารยังมีความยุ่งยาก(เชียงใหม่ยุ่งยาก)
3. ปัญหา visa และการขอ work permit ของพ่อครัว/แม่ครัว และคนงานไทย ได้เพียง 6-12 เดือนเท่านั้น

จากบทสัมภาษณ์ คุณจันจิรา อัครกุล เจ้าของร้านอาหารไทย “Moonlight Corner” เผยว่า Key Success ของธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งทำให้คืนทุนได้ตั้งแต่สาขาแรก ขึ้นอยู่กับบรรยากาศเป็นอันดับแรก เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเดินเข้าร้านของลูกค้า ทั้งนี้ลูกค้าจะติดใจมาซ้ำ ขึ้นอยู่กับอาหารที่ใช้ พ่อครัวคนไทยออกแบบเมนูหลากหลาย และใส่ภูมิปัญญาไทย สื่อสารความเป็นไทย ผสมผสานเทคนิคการนำเสนอแบบทันสมัยเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ได้เสมอ คุณจันจิรากล่าวว่าต้องให้ความสำคัญเรื่องอาหารเป็นหลัก พ่อครัวประจำร้านจะพยายามคงเอกลักษณ์อาหารไทยมากที่สุด เพราะผักไทยบางชนิดอย่างกระเพราเขียวเร็ว พ่อครัวจะประยุกต์วัตถุดิบจากสิบสองปันนา ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากคุนหมิง เพื่อทดแทนผักท้องถิ่นในไทยให้มากที่สุด ขณะเดียวกันก็มุ่งแก้อุปสรรคการขาดแคลนพนักงานเสิร์ฟคนจีน ซึ่งต้องสื่อสารภาษาไทยและอังกฤษได้ด้วย ตลอดจนมีทักษะความเป็นไทย ที่ต้องอาศัยการฝึกฝนอย่างจริงจังก่อนทำงานจริง แต่เด็กจีนยังไม่เข้าใจลึกซึ้งเรื่องบริการอันอ่อนช้อยของไทย สุดท้ายก็ประสบความสำเร็จที่สำคัญที่สุด คุณจันจิรากล่าวว่า เจ้าของคนไทยแท้ๆ นี้แหละ เป็นความต่างชัดแจ้งจากร้านอาหารไทยอื่นๆ ที่มีคนต่างชาติเป็นเจ้าของ และมีคำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะเข้ามาเปิดร้านอาหารในคุนหมิง ว่าควรเข้าใจกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง นักลงทุนต่างชาติจะต้องได้รับความเห็นชอบจากหน่วยงานการลงทุนจากต่างประเทศ พร้อมจดทะเบียนกับหน่วยงานต่างๆ อย่าง สุลกากร หน่วยปริวรรตเงินตรา หน่วยงานภาษีสำหรับร้านอาหาร หน่วยงานแรงงาน จ้างพ่อครัวต่างชาติ และการบริหารการเงินเป็นต้น (กรุงเทพธุรกิจ เข้าถึงได้จาก : <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/life-style/hi-life/20100301/102574/news.html>)

6.3 ด้านโรงแรม

ธุรกิจด้านการโรงแรมและท่องเที่ยว ยูนนานถือเป็นมณฑลหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ประกอบกับมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจและธุรกิจการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัว แต่ยูนนานยังขาดผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการด้านการโรงแรม และการให้บริการ รวมทั้งการฝึกอบรมบุคลากรอย่างมืออาชีพ จึงไม่สามารถ

ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เต็มที่ ในขณะที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในด้านการบริการด้านการโรงแรม และการท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสที่นักธุรกิจชาวไทยจะ เข้ามาเจาะและขยายตลาดในมณฑลนี้

บริษัทไทยที่เข้าไปลงทุนในยูนนานส่วนมากจะลงทุนในนครคุนหมิง ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนด้านอุตสาหกรรมอาหารและการเกษตร และอุตสาหกรรมโรงแรม อาทิเช่น ธุรกิจโรงแรม Crowne PlazaCrowne Plaza และ Holiday Inn ในนครคุนหมิง ซึ่งมี TCC Group เข้าไปลงทุนเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งปัจจุบันอยู่ในระหว่างการปรับปรุง คาดว่าจะมี Soft Opening ประมาณเดือน เมษายน และมี Grand Opening ในระหว่างเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2557 (สถานกงสุลใหญ่ นครคุนหมิง เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaiembassy.org/kunming/th/news>)

SWOT Analysis ธุรกิจของโรงแรม เพื่อเข้าสู่ตลาดจีน

6.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

- 1) ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรม ที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของนานาชาติมานานกว่าผู้ประกอบการชาวจีน จากนโยบายการเปิดประเทศได้ส่งผลให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ด้าน การค้าการลงทุน และการท่องเที่ยว ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา
- 2) โรงแรมในประเทศไทย กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ จำนวน 7,239 โรงแรมมีการรวมกลุ่มเป็นสมาคม โรงแรม ของแต่ละภูมิภาค
- 3) สมาคมโรงแรม และกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีการร่วมมือกันจัดทำโครงการฝึกอบรม พนักงานโรงแรม เพื่อยกระดับทักษะแรงงาน และสร้างความเพียงพอด้านบุคลากรให้กับธุรกิจโรงแรม
- 4) พนักงานโรงแรมของไทยมีชื่อเสียงด้าน Service mind ต่อนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

6.3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) การบริหารโรงแรมขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการจ้างบริหาร และร่วมบริหารโดยแบ่งปันผลประโยชน์กับ Chain hotel ที่มี Brand ที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ
- 2) โรงแรมไทยมีขนาดเล็กกว่าเมื่อเทียบขนาดกับโรงแรมของจีน โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวและเมืองเศรษฐกิจ
- 3) โรงแรมไทยมีเงินทุนน้อย เมื่อเทียบกับโรงแรมจีน
- 4) โรงแรมไทยส่วนใหญ่ยังขาดวิสัยทัศน์ และผู้บริหารมืออาชีพ ที่จะขยายสู่ตลาดต่างประเทศ
- 5) สมาคมโรงแรมไทยในแต่ละจังหวัด รวมตัวกันเพื่อจัดกิจกรรมเสริมการตลาด แต่ยังไม่มีการร่วมกันลงทุน หรือร่วมกันบริหารกิจการ โดยเฉพาะในต่างประเทศ

6.3.3 โอกาส (Opportunities)

- 1) อุปสงค์ห้องพัก หรือตลาดของโรงแรมในจีน มีขนาดใหญ่มาก (มีนักท่องเที่ยวชาวจีนประมาณ 1,600 ล้านคน – เทียวปี นักท่องเที่ยวต่างชาติ 26 ล้าน คน-เทียวปี
- 2) โรงแรมในประเทศจีนส่วนใหญ่รัฐบาลจีนเป็นเจ้าของ ซึ่งการบริหารกิจการอาจมีความคล่องตัวน้อยกว่าภาคเอกชน และไม่สามารถบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากพอ จึงมีความต้องการ ปรับกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อให้สามารถรับกับสถานการณ์การแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้นได้
- 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านโรงแรม ในเมืองเศรษฐกิจและเมืองท่องเที่ยวมีมากกว่าเมืองทั่วไป
- 4) วัสดุอุปกรณ์ต่างๆที่จำเป็นสำหรับโรงแรม สามารถหาได้ง่ายในราคาถูกลงกว่าในประเทศจีน
- 5) SME ไทยมีสถาบันการเงิน เช่น EXIM bank ให้การสนับสนุน ในส่วนของการลงทุนในต่างประเทศของนักธุรกิจไทย ตลอดจนธนาคารพาณิชย์อื่นๆ เช่น ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น
- 6) รัฐบาลของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายของ SME ใน ภูมิภาค อาเซียน

7) การเปิดเสรีด้านการค้าบริการ อาเซียน-จีน จะเปิดโอกาสให้มีการลงทุนในตลาดขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น

8) การเข้ามาศึกษาในประเทศไทยของนักศึกษาจีน ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นมา โดยตลอดนักศึกษาบางส่วนมีความสนใจทำงาน และลงทุนค้าขายกับประเทศไทย หลังจากจบการศึกษา อีกทั้งยังมีส่วนที่ครอบคลุมครอบคลุมธุรกิจ ด้านการค้า และการอุตสาหกรรม

9) รัฐบาลจีนส่งเสริมให้นักศึกษาจีนเรียนภาษาต่างประเทศที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อรองรับธุรกิจบริการ และการลงทุนจากต่างประเทศที่กำลังขยายตัว

10) สปา นวดแผนไทย และร้านอาหารไทย เป็นธุรกิจสนับสนุนของโรมแรม ที่ขึ้นชื่อและเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

11) โรงแรมขนาดใหญ่ของไทย เช่น ดุสิตธานี มีประสบการณ์ในการขยายกิจการไปสู่ต่างประเทศ หลายประเทศ และมี Brand ที่เข้มแข็งในประเทศไทย จึงมีข้อมูล และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ เป็นแบบอย่างที่ดี และอาจถ่ายทอดสู่โรงแรมอื่นๆของไทยได้เป็นอย่างดี ผ่านสมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย

12) นักธุรกิจฮ่องกงมีความรู้สึกที่ดีต่อประเทศไทย อีกทั้งฮ่องกงเป็นส่วนหนึ่งของจีน การจดทะเบียนธุรกิจในฮ่องกง และกิจการเข้าไปลงทุนในจีน จะได้รับความสะดวกมากกว่า

13) ความคิดเห็นของนักธุรกิจต่อสิ่งจูงใจเพื่อการลงทุนในจีน ด้านต่างๆ เช่น ด้านอุปสงค์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอำนาจต่อรองผู้ซื้อ ซัพพลายเออร์ ปัจจัยการผลิต เช่น แรงงานอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น บริษัทท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา และฝึกอบรม บุคลากรด้านบริการ สปา ร้านอาหาร เป็นต้น สถานการณ์การแข่งขัน การเข้ามาของคู่แข่งใหม่ นโยบายรัฐ กลยุทธ์และโครงสร้างของกิจการ โรงแรมในจีน วัสดุอุปกรณ์สำหรับออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม การสามารถหาพนักงานบริการ โรงแรม ที่มีทักษะ และสามารถให้บริการที่ได้มาตรฐานในเมืองเศรษฐกิจ และเมืองท่องเที่ยวสำคัญ การบริการผู้เข้าพัก อาหารสำหรับบริการผู้เข้าพัก สามารถปรับปรุงให้มีระดับที่ดีขึ้นได้ โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป

6.3.4 อุปสรรค (Threats)

1) การเข้าไปลงทุนสร้างโรงแรมเองต้องใช้เงินทุนสูง เพราะที่ดินในย่านธุรกิจ และแหล่งท่องเที่ยวมีราคาแพง

2) ด้วยกฎระเบียบการลงทุนในธุรกิจโรงแรมของจีน ระบุให้ต้องมีผู้ร่วมทุนชาวจีน ด้วยในขณะที่ ในความเห็นของนักธุรกิจทั่วไป ทั้งในประเทศจีน และในประเทศไทย (ที่เคยมี

ประสบการณ์ติดต่อธุรกิจกับนักธุรกิจจีน) เห็นว่านักธุรกิจที่สามารถไว้วางใจได้ในระยะยาวหายาก

3) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักธุรกิจ พบว่าทัศนคติแรงงานชาวจีน ยังไม่ค่อยยอมรับการบริหารโดยผู้บริหารชาวไทย

4) บริษัทขนาดเล็ก ที่ไม่มีเครือข่ายมีความเสี่ยงในการจัดการต้นทุนการเดินทาง โดยเครื่องบินเนื่องจากการซื้อในจำนวนมากๆ ของบริษัทใหญ่ทำให้มีต้นทุนต่ำกว่า แต่ทั้งนี้ถ้ามีลูกค้าไม่มากพอก็จะทำให้ขาดทุนจากการจองตั๋วเครื่องบิน

6.4 สรุป

ด้านการท่องเที่ยว

ในด้านธุรกิจท่องเที่ยว เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจนำเที่ยว ที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขัน บริษัทไทยมีโอกาสและมีศักยภาพตลาดจีนค่อนข้างสูง สามารถดึงนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากประเทศจีนมีประชาชนมากและรายได้ของประชาชนจีนเพิ่มมากขึ้น จึงมีแนวโน้มความต้องการมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้เนื่องจากค่านิยมเปลี่ยนไป โดยเฉพาะค่านิยมของการไปเที่ยวต่างประเทศ ประกอบกับมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศจึงมีเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งชาวจีนมีรายได้มากพอที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในไทยได้ รายได้ของประชาชนจีนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ชาวจีนให้การยอมรับการบริการนำเที่ยวของไทยมาก ประเทศไทยกับประเทศจีนเป็นประเทศบ้านใกล้เรือนเคียงกัน มีความสัมพันธ์กันมายาวนาน ประเทศไทยก็เป็นประเทศแรกๆ ที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้ประชาชนมาท่องเที่ยว แต่เมื่อแยกวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง และโอกาส แล้ว จะเห็นได้ว่าประเทศไทย มีอุตสาหกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และเป็นภาคบริการไทยที่มีชื่อเสียง รัฐบาลมีนโยบายที่เป็นการกระตุ้น ส่งเสริมธุรกิจนำเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่นมีการฝึกอบรมพนักงานด้านนำเที่ยว มีสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งเปิดหลักสูตรอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และส่งเสริมให้นักศึกษาวิชาเอกการท่องเที่ยว เลือกเรียนวิชาภาษาต่างประเทศ รวมถึงวิชาภาษาจีน นักศึกษาเหล่านี้จบมาแล้วสามารถมีวิชาชีพเป็นไกด์ได้ นอกจากนี้ยังมีคนกลุ่มหนึ่งสามารถพูดภาษาจีนได้ดี ผ่านการอบรมก็สามารถเป็นไกด์ได้ ซึ่งขณะนี้ยังมีมหาวิทยาลัยหลายแห่ง จัดการอบรมไกด์

เมื่อวิเคราะห์ทางด้าน จุดอ่อนและอุปสรรค แมบริษัททัวร์มีโอกาสที่จะเช่าตลาดจีน มีโอกาสในการดึงนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็มีอุปสรรค ที่ต้องเผชิญกับคู่แข่งจากประเทศอื่นๆ เช่น ไม่ว่าจะเป็นอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อุปสรรคด้านสินค้าทดแทน ความเข้มข้นในการแข่งขัน ซึ่งธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง และประเทศจีนเองก็มีมาตรการป้องกันธุรกิจของประเทศตน ดังจะเห็นได้จากการมีมาตรการคอนซาเงมงวดสำหรับคนต่างชาติไปประกอบธุรกิจนำเที่ยว อาชีพ โกดเปินอาชีพสงวน ต่างชาติที่ต้องการเข้าไปตั้งบริษัททัวร์ที่จีน ก็มีเงื่อนไขคอนซาเงมสูง ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ ที่เกิดขึ้นในกลุ่มทัวร์ไต้หวันมา กอน ขยายมาถึงทัวร์จีน มีบริษัททัวร์ไต้หวันและจีนหรือนักธุรกิจไต้หวันและจีน เขามาจัดตั้งบริษัททัวร์โดยใช้ชื่อคนไทย เป็นคนจดทะเบียนบริษัท และจากการศึกษาภาวะเปรียบเทียบต่างๆ จะเห็นได้ว่าบริษัททัวร์รายใหม่เกิดขึ้นคอนซาเงมยาก โดยเฉพาะสำหรับบริษัทต่างชาติไปรวมทุนหรือลงทุนแต่เพียงผู้เดียวนั้นเป็นไปได้ยากมาก บริษัททัวร์ที่ไปรวมทุนนั้นต้องมีผลงานดีและมีทุนจดทะเบียนคอนซาเงมสูง

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารไทยมีศักยภาพมากในพื้นที่คุนหมิง เพราะเป็นทั้งเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเมืองท่องเที่ยว ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประชาชนมีอำนาจซื้อสูง แนวโน้มธุรกิจร้านอาหารมีอนาคตที่สดใส เนื่องจากรูปแบบการรับประทานอาหารของชาวจีนจะมีความหลากหลาย อีกทั้งมีนักธุรกิจต่างชาติจำนวนไม่น้อย รวมทั้งคนไทยที่เดินทางไปทำธุรกิจ และท่องเที่ยว ตลอดจนนักเรียนนักศึกษาที่เดินทางไปศึกษาต่อ และความนิยมในการเรียนภาษาไทยของคนจีน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในมณฑลยูนนาน มีส่วนที่ส่งผลให้มีคนจีนที่เรียนภาษาไทยในคุนหมิงไม่น้อย ซึ่งเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารจะได้รับการขับเคลื่อนอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะร้านอาหารระดับปานกลาง ระดับสูง อาหารปลอดภัย อาหารสุขภาพ นอกจากอาหารแล้ว การบริการที่ดี การตกแต่งร้านที่ดี รวมทั้งบันเทิง การแสดง จะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จากการทำธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มที่ดี ทำให้เกิดผู้ส่งวัตถุดิบป้อนธุรกิจร้านอาหารและอาชีพที่เกี่ยวข้อง อาหารอย่างมืออาชีพ จึงเปนต์ลาดที่มีโอกาสและน่าสนใจสำหรับธุรกิจร้านอาหารไทยที่จะเช่าสู่ตลาดจีน แต่ทั้งนี้ ขั้นตอนการเปิดร้านอาหารในคุนหมิง มณฑลยูนนาน ก็ยังมีขั้นตอนที่ซับซ้อน

หากเราพิจารณา ด้านจุดแข็งและโอกาส เข้าด้วยกันแล้วอาหารไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะในรสชาติที่มีรสเผ็ด เปรี้ยว มีกลิ่นหอมของเครื่องปรุง เครื่องเทศ และดีต่อสุขภาพ มีการเลือกวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน มีการบริการที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย ที่สร้างความประทับใจให้กับชาวต่างชาติได้

เป็นอย่างดี ตลอดจนมีการตกแต่งและประดับร้าน ที่เน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย และชาวจีนคุ้นเคยกับการรับประทานอาหารนอกบ้าน (เจาะจากราคา เลี้ยงสังสรรค์) คนจีนรุ่นใหม่ มีการศึกษา และมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นนิยมบริโภคอาหารหลากหลาย รวมทั้งอาหารรสจัด เช่นอาหารไทย และยังสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะอาหารที่มีส่วนผสมของสมุนไพร ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของอาหารและชาวจีนรุ่นใหม่ยอมรับวัฒนธรรมอาหารของต่างประเทศโดยง่าย

แต่จุดอ่อน และอุปสรรค ในการเข้าสู่ตลาดก็มีไม่น้อย ไม่ว่าจะเป็น ร้านอาหารจีนที่เปิ่น คู่แข่งสำคัญ ร้านอาหารไทยต้องแข่งขันกับอาหารท้องถิ่น เช่น อาหารกวางตุ้ง อาหารเสฉวน ร้านอาหารที่ไม่ใช่ไทยแท้ ที่ลอกเลียนแบบ ทำให้ลูกค้าไม่รู้จักรสชาติที่แท้จริงของอาหารไทย ตลอดจนความนิยมในอาหารต่างชาติ อาทิ อเมริกัน ยุโรป เกาหลี ที่มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น การจัดหาพ่อครัว/แม่ครัวที่เป็นคนไทย ทักษะในการประกอบอาหารไทย หรือการนำเข้าพ่อครัว/แม่ครัวจากเมืองไทย ก็ยังดูเหมือนเป็นประเด็นที่ยังต้องอาศัยภาครัฐในการช่วยผลักดัน

ดังนั้นการที่จะประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใด ย่อมต้องมีกลยุทธ์การเข้าสูตลาดที่เหมาะสม ของผู้ประกอบการไทยเอง

ด้านโรงแรม

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมของธุรกิจด้านโรงแรมทั้ง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้ว ประเทศไทยดูเหมือนยังจะต้องพิจารณา อย่างละเอียดรอบคอบ ก่อนการขยายตลาดด้านโรงแรมเข้าสู่คูเหมิง อันเนื่องจากปัจจัยหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น การลงทุนด้านโรงแรมที่ค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการรายใหม่ในตลาด คอนเซ็ปต์จะมีอุปสรรคอยู่มากพอควร จากต้นทุนในการบริหารจัดการที่สูง จำเป็นต้องมีการสำรวจแบรนดโรงแรมที่ลงทุนในจีนให้เป็นที่รู้จัก จนได้รับการยอมรับ แม้จะสามารถเข้าถึงแหล่งแรงงานด้านบริการที่มีทักษะได้ไม่ยาก ขณะที่ลูกค้าชาวจีนมีการเปิดใจยอมรับโรงแรมต่างชาติ แต่สิ่งสำคัญคือ กฎระเบียบต่างๆของภาครัฐที่อาจเป็นอุปสรรคแก่การลงทุนธุรกิจโรงแรมในจีนอยู่พอสมควร เนื่องจากมีขั้นตอนในการดำเนินการค่อนข้างมาก และถึงแม้รัฐบาลจีนมีนโยบายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้มีการรวมทุนกับต่างชาติ แต่ดูเหมือนจะยังคงเน้นสำหรับผู้ลงทุนรายใหญ่เป็นหลัก ขณะที่รัฐบาลมีการปกป้องธุรกิจขนาดเล็กรวมทั้งของเงินเองอยู่มาก จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญสำหรับการเข้าลงทุนในธุรกิจโรงแรมในตลาดจีน อย่างไรก็ตาม ภาครัฐบาลของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายของธุรกิจขนาดย่อมในภูมิภาค อาเซียน จีน เกาหลีใต้ และ ญี่ปุ่น การเปิดเสรีด้านการค้าบริการ อาเซียน-จีน จะเปิดโอกาสให้มีการลงทุนในตลาดขนาดใหญ่

บทที่ 7

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน : กรณีศึกษานครคุนหมิงในครั้งนี้ ผู้ศึกษาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

7.1 สรุปผล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัย มีประเด็นหลักในการศึกษา คือ (1) พัฒนาการนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีนก่อนและหลังเข้า WTO และนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน (เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน) (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน และ (3) โอกาสและอุปสรรค การดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน โดยใช้แนวคิดโลกาภิวัตน์ (Globalization) และ แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis นำมาปรับใช้ในการวิเคราะห์และอธิบาย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

พัฒนาการนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีนก่อน และหลังเข้า WTO และนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน (เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน)

หลังจากการเปิดรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ มีพัฒนาการโดยแบ่งช่วงเวลาการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1979 ออกเป็น 4 ช่วงเวลา คือ ระยะเวลาที่เกี่ยวประสพการณ์(ค.ศ.1979 – ค.ศ.1985) ระยะเวลาเผชิญหน้าความผันผวน (ค.ศ.1986 – ค.ศ.1986) ระยะเวลาปรับปรุงกฎระเบียบ (ค.ศ.1990 – ค.ศ.2000) และระยะเดินหน้าเต็มสูบ (ค.ศ.2001 – ปัจจุบัน) ซึ่งหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิกมีการปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ รวมทั้งมาตรการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศให้สอดคล้องกับกฎระเบียบและกติกาของ WTO และความต้องการของการพัฒนาประเทศ โดยยังคงมีการแบ่งโครงสร้างการลงทุนตามระดับความเข้มงวดของการส่งเสริมการอนุญาตออกเป็น 4 ประเภทได้แก่ กิจการที่ได้รับการสนับสนุน กิจการที่ได้รับการ

อนุญาต กิจกรรมที่ได้รับอนุญาตในขอบเขตจำกัด และกิจกรรมที่ต้องห้าม นอกจากนี้ได้มีการเพิ่มการสนับสนุนเป็นพิเศษสำหรับการลงทุนในภาคกลางและภาคตะวันตกของจีน ซึ่งมีความเจริญทางเศรษฐกิจน้อยกว่าภาคตะวันออก โดยมีการให้สิทธิพิเศษและเงื่อนไขการลงทุนที่ผ่อนปรนแก่นักลงทุนต่างชาติในภาคตะวันตกมากกว่าที่ให้ในภาคตะวันออก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization WTO) ที่ทำให้จีนต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการของ WTO ทั้งหลักการการให้การปฏิบัติต่อประเทศสมาชิก WTO ด้วยความอนุเคราะห์ยิ่ง (Most Favored Nation Treatment) หลักการเปิดตลาด หลักการแข่งขันอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส ตลอดจนการปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบทางการค้า เพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของ WTO การลดอัตราภาษีตามข้อผูกพัน ลดการให้การอุดหนุนแก่ผู้ผลิตและผู้ส่งออก

นโยบายมุ่งตะวันตก (Go-West Policy) และ กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างไทย – จีน (ยูนนาน) ที่สำคัญเช่น โครงการความร่วมมือในกรอบสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (Quadrangle Economic Cooperation) โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub region : GMS) ข้อตกลงการค้าเสรีไทย – จีน (Thai – China Free Trade Agreement)

นโยบายและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ของประเทศจีน ที่สำคัญเช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2554 - 2558) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของมณฑลยูนนาน ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2554 -2558)

ลักษณะทางการค้ามณฑลยูนนาน

มณฑลยูนนานตั้งอยู่ในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศจีน เป็นมณฑลเขตชั้นในที่ไม่มีทางออกทะเล มีพรมแดนทางใต้ติดกับประเทศสมาชิกอาเซียน 3 ประเทศคือ เมียนมาร์ ลาวและเวียดนาม และอยู่ห่างจากทางเหนือของประเทศไทยเพียงประมาณ 250 กิโลเมตร ถือเป็นมณฑล

จีนที่อยู่ใกล้ไทยมากที่สุด พื้นที่ทั้งหมด 394,000 ตารางกิโลเมตร (ใหญ่เป็นอันดับ 8 ของประเทศจีน) ร้อยละ 93 ของพื้นที่ทั้งหมดเป็นภูเขา และที่ราบสูง มีพื้นที่เพาะปลูกเพียงร้อยละ 7.3

ประเทศจีนได้ใช้นโยบายพัฒนาภาคตะวันตกอย่างจริงจังมาตั้งแต่ ปีค.ศ.2000 และได้เร่งก่อสร้างโครงการคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงมณฑลตอนในเข้ากับภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ทั้งถนน รถไฟ อีกทั้งรัฐบาลจีนได้ประกาศให้มณฑลยูนนาน (เมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2011) โดยมีนโยบายการพัฒนาภาคให้ “เป็นด่านแรกในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน” ในการกระชับความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านและต่าง - ประเทศ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจและการค้า จึงนับเป็นโอกาสของประเทศไทยในการเชื่อมโยงการค้าในภาคธุรกิจต่างๆ ในมณฑลยูนนาน

โครงสร้างทางเศรษฐกิจประเทศที่เปลี่ยนจากภาคปฐมภูมิหรือภาคเกษตร (Primary Sector) ไปสู่ภาคทุติยภูมิหรือภาคอุตสาหกรรม (Secondary Sector) และภาคตติยภูมิหรือภาคบริการ (Tertiary Sector) มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ภาคระหว่างประเทศของจีนขยายตัว ประชากรจีนมีรายได้ต่อหัวเพิ่มสูงมากขึ้น และมีรูปแบบการค้าการลงทุนที่ซับซ้อนมากขึ้น จึงเชื่อมโยงไปสู่การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ซึ่งส่งผลให้ภาคบริการของจีนขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นกัน (อ้างถึงใน อักษรศรี พาณิชศาสตร์, 2554 : 10)

ในปัจจุบัน ผลผลิตจากอุตสาหกรรมด้านการผลิต (Secondary Industry) และด้านการบริการ (Tertiary Industry) ของมณฑลยูนนานมีส่วนต่อ GDP เพิ่มมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของมณฑลยูนนานในอนาคต ที่มีการพัฒนาจากอุตสาหกรรมด้านการเกษตรซึ่งมีมูลค่าต่ำไปสู่อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งได้แก่ อุตสาหกรรมด้านการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ แต่อย่างไรก็ดีในปัจจุบันมณฑลยูนนานยังมีทรัพยากรธรรมชาติทางการเกษตรอย่างอุดมสมบูรณ์ ดังนั้น อุตสาหกรรมด้านการเกษตรยังถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มณฑลยูนนานมีความแข็งแกร่งและเป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่สำคัญ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2554 : 1-71)

โอกาสและอุปสรรค การดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน ตามแนวคิดทฤษฎี จากการศึกษา โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ในการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจภาคบริการในประเทศจีน ที่ประเทศไทยจัดว่ามีศักยภาพ ในการแข่งขันระดับสากล โดยมุ่งวิเคราะห์ ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

และ ธุรกิจบริการโรงแรม ดังรายละเอียดสามารถดูได้ในบทที่ 5 โดยสามารถสรุปการเข้าสู่ตลาดจีน ในธุรกิจบริการของไทยในจีนนั้น มีสิ่งที่เป็นทั้งโอกาส และอุปสรรค คือ

ด้านโอกาส การที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงในเรื่องการให้บริการด้วยรอยยิ้ม เป็นที่ประทับใจ แก่ลูกค้า เป็นที่ยอมรับ อย่างมีอาชีพ และมีชื่อเสียงระดับสากลนั้น ทำให้ธุรกิจบริการของไทย เป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ แม้กระทั่งในตลาดจีน ที่ลูกค้า มีความคุ้นเคยและรู้จัก ทั้ง สินค้าและบริการของประเทศไทย อีกทั้งยังให้ความเชื่อมั่นในการเข้ามาใช้บริการ ตลอดจน ศักยภาพและคุณภาพของบุคคลากรในภาคธุรกิจบริการดังกล่าว ที่มีความรู้ และประสบการณ์ ในการให้บริการและสร้างความประทับใจ สามารถดึงดูด ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำได้ ทำให้ ผู้ประกอบการไทยมีข้อได้เปรียบ สามารถขยายเข้าสู่ตลาดจีนได้

ด้านอุปสรรค เมื่อพิจารณาลงลึกในแต่ละส่วนอย่างละเอียด ปัญหาและอุปสรรค สำหรับผู้ประกอบการไทยก็มีไม่น้อย ที่ต้องแก้ไข ปรับปรุง พัฒนา ธุรกิจของตนเอง อาทิเช่น ปัญหาเรื่องภาษาและการสื่อสาร ที่หากต้องการขยายธุรกิจเข้าสู่ประเทศจีนแล้วนั้น ภาษาจีน ดูเหมือนจะเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยต้อง เตรียมตัวอย่างมาก เพราะถึงแม้ว่าจะมีคู่ค้าที่สามารถเจรจา ภาษาไทยได้ แต่ก็เป็นเรื่องดีหากสามารถสื่อสารเป็นภาษาจีนได้ ในด้านการลงทุน เงินทุนเป็นสิ่ง สำคัญในการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ ไม่เว้นแม้ประเทศจีน เพราะในบางธุรกิจ อย่างบริษัท ท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และโรงแรม หากจะสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักและจดจำในตัว สินค้าแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวางกลยุทธ์และตำแหน่งสินค้าในตลาดให้ชัดเจนและแตกต่าง จากคู่แข่ง การใช้จ่ายเงินด้านการวิจัยตลาด การสร้างตัวสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นเรื่องที่ต้องการเงินทุนอย่างมาก กฎระเบียบและมาตรการด้านภาษี ซึ่งในข้อนี้ จำเป็นที่ต้อง ศึกษาอย่างละเอียดรอบคอบ เพราะการเข้าไปลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ นอกเหนือไปจาก กฎระเบียบที่มีมากมาย การวางแผน และศึกษาเรื่องมาตรการด้านภาษีเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้นๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังรายละเอียดที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3

7.2 อภิปรายผล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยใน จีน ตามทฤษฎีว่าด้วย “แนวคิดโลกาภิวัตน์ (Globalization)” โดยประเทศจีนใช้ความใกล้ชิด ทางภูมิเศรษฐศาสตร์ในการเชื่อมโยงการค้า และการพัฒนามณฑลตะวันตก ด้วยการดำเนิน

นโยบายมุ่งสู่ตะวันตก (Go-west Policy) รวมทั้งปัจจัยสนับสนุนของรัฐบาลกลางที่วางแผนให้ มณฑลยูนนานเชื่อมโยงประเทศจีนกับภูมิภาคอาเซียน โดยมีความสอดคล้องกับประเทศไทยใน การพัฒนาเศรษฐกิจ และสร้างความร่วมมือกับประเทศต่างๆ ที่ประเทศไทยอาศัยจุดเด่นของการ เป็นศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีอาณาเขตติดต่อกับทางทะเลในทิศตะวันออก และทิศตะวันตก และควมมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่เหนือกว่าหลายประเทศในแถบอาเซียน และ ปัจจัยสำคัญจากการประกาศนโยบายเปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า จึงช่วยผลักดันให้เกิดการ ร่วมมืออย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

เมื่อพิจารณาการค้าไทย – จีน จากกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทุกประเทศเริ่มผ่น คลาย แต่ปรับเปลี่ยนท่าที ในด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น การศึกษาจีนในภาพใหญ่ ระดับเวทีการค้าโลก ลงมาถึงระดับประเทศ ระดับมณฑล และระดับเมือง ระดับท้องถิ่น และแยก เฉพาะรายธุรกิจ เป็นสิ่งจำเป็น และถึงแม้จะมีทั้ง โอกาส และ อุปสรรค แต่ก็เป็นเรื่องที่ต้อง วางแผน ลงมือปฏิบัติ และแก้ไข ปรับปรุง อย่างละเอียดรอบคอบและจริงจัง ตลอดจนต้องได้รับความ ร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชนด้วยกัน การร่วมมือและมีพันธมิตรทางธุรกิจ จะยิ่งทำให้ ธุรกิจภาคบริการของประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจให้มีความเข้มแข็ง สามารถสร้าง จุดเด่น เหนือคู่แข่ง และสร้างรายได้เข้าประเทศต่อไปในอนาคต

โอกาสและอุปสรรค การดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน ตามแนวคิด ทฤษฎี “การวิเคราะห์ SWOT Analysis” สามารถนำแนวคิดดังกล่าว มาวิเคราะห์ในแต่ละธุรกิจ โดยแยกแต่ละประเภทธุรกิจ ที่ทำการวิเคราะห์ คือจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ในการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจภาคบริการในประเทศ จีน ที่ประเทศไทยจัดว่ามีศักยภาพ ในการแข่งขันระดับสากล โดยมุ่งวิเคราะห์ ในธุรกิจด้านการ ท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร และ ธุรกิจบริการโรงแรม ดัง รายละเอียดสามารถดูได้ในบทที่ 5 โดยสามารถสรุปการเข้าสู่ตลาดจีนในธุรกิจบริการของไทยใน จีนนั้น มีสิ่งที่เป็นทั้งโอกาส และอุปสรรค

สำหรับ การวิจัยเรื่อง นโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีน : กรณีศึกษา นครคุนหมิง ครั้งนี้ สามารถทำให้เห็นถึงแนวทางในการเข้าสู่ตลาดจีนได้พอสมควร ซึ่งในโอกาส ต่อไป สามารถนำไปขยายผล เพื่อการศึกษาให้ลึกซึ้งต่อไปได้ในแต่ละภาคส่วนได้ ซึ่งกรอบความ ร่วมมือและการเปิดเสรีทางการค้าอาเซียน-จีน ส่วนหนึ่งได้เอื้อประโยชน์โดยภาพรวม เป็นสิ่งที่

จำเป็นต้องติดตามศึกษา โดยเฉพาะธุรกิจภาคบริการที่เหมือนจะมีขีดความสามารถในการสร้างรายได้เข้าประเทศ แทนที่ภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม

7.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ คือส่วนของการศึกษาเรื่องนโยบายและการดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีนก่อนและหลังเข้า WTO และ การดำเนินธุรกิจภาคบริการของไทยในจีนกรณีศึกษา นครคุนหมิง นั้น ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารเป็นสำคัญ อีกทั้งยังมีข้อจำกัดด้านเวลา ทำให้ไม่สามารถเดินทางลงภาคสนามในพื้นที่จริงได้ และขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทยบางท่าน ทำได้เพียงแค่การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ เนื่องจากการไม่ประสงค์ที่จะเผยแพร่ข้อมูลด้านการลงทุนและการวิเคราะห์การตลาด ได้ ผู้ศึกษาจึงต้องเลือกเฉพาะงานการวิเคราะห์เอกสารที่เผยแพร่อยู่ปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษา การเข้าสู่ตลาดของจีนนั้น เป็นเรื่องที่ต้องแยกศึกษาเฉพาะพื้นที่ เนื่องจากประเทศจีนมีขนาดใหญ่ และมีความแตกต่างกันเฉพาะพื้นที่ ซึ่งจากการผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูล จากช่วงเวลาที่ผ่านมา มีเอกสารและการศึกษาโดยภาพรวมของประเทศจีนไว้หลากหลายงานวิจัย แต่การศึกษาเฉพาะพื้นที่ แยกตามรายมณฑล หรือเมืองหลักยังมีการศึกษาอยู่น้อยมาก ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการไทยเองที่ต้องการขยายตลาดสู่จีน ยังขาดข้อมูลเชิงลึกในแง่ข้อมูลด้านการตลาด และข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์ ได้เบื้องต้น ทำให้การวางแผนการขยายตลาด ต้องทำงานอย่างมากในการศึกษาเฉพาะรายพื้นที่ ทั้งลงทุนทั้งด้านบุคคลากร ที่ต้องรู้ภาษาจีนอย่างชำนาญ หรือแม้กระทั่งระยะเวลาที่ต้องทำการศึกษาข้อมูลอาจจะต้องใช้เวลาอย่างมาก เพื่อสร้างความมั่นใจก่อนการตัดสินใจลงทุน และถึงแม้จะมีผู้ประกอบการบางรายที่ยอมจะศึกษาตลาดด้วยวิธีเรียนรู้จากการลงมือทำไปพร้อมกัน ก็เห็นได้ว่า ต้องทุ่มเทเวลาและงบประมาณ ตลอดจนต้องลงมือ ลงถูก กับข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นตลอดเวลา ดังนั้นหากในครั้งต่อไป ได้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำการศึกษาวิจัยเชิงลึก น่าจะเป็นประโยชน์และสามารถช่วยสนับสนุนด้านข้อมูลแก่ผู้ประกอบการไทยได้ไม่มากนัก

บรรณานุกรม

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. เส้นทางอนาคตความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย-จีน, มกราคม 2546

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

www.dep.thai.go.th/dep/doc/51/51012814.doc, 1 กรกฎาคม 2555.

_____ . [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

http://www.chineselawclinic.moc.go.th/http://www.thaifoodrestaurant.com/index.php?option=com_restaurant&view=historylist&Itemid=57, 1 ตุลาคม 2555.

_____ . [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : www.dep.thai.go.th/DEP/DOC/52/52000737.doc, 15 กรกฎาคม 2556.

โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.thaifoodtoworld.com/home/governmentpol.php>

http://www.thaifoodtoworld.com/home/governmentproj-detail.php?cms_id=110, 1 ตุลาคม 2555.

จุลชีพ ชินวรโรจน์. *สู่สหัสวรรษที่ 3 : กระแสเศรษฐกิจการเมืองที่ไร้พรมแดน*. กรุงเทพมหานคร : ชวนพิมพ์, 2542.

ชนินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์. *นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2545.

ธนะชัย ยมจินดา. *เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนและควบคุมงานบริหาร = Administrative planning and control*. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546.

ธนาคารแห่งประเทศไทย [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/AsianEconomies/Yunnan/Pages/index.aspx>

http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/AsianEconomies/Yunnan/Article/DocLib_YNInterestingIssue/YNTransportation.pdf

http://bts.dft.go.th/btsc/files/Border%20Trade%20Service%20Center/2.The%20%20trade/5.China/2555/11_The_trade_China_2555_Janbary-November.PDF, 25 กันยายน 2556.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นันทิยา หุตานุวัตรและณรงค์ หุตานุวัตร. *SWOT : การวางแผนกลยุทธ์ ธุรกิจชุมชน*. อุบลราชธานี : คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2543.
- เปรมประชา ดีเมลโล. “การค้าชายแดนและผลกระทบต่อชุมชนในอำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาภูมิภาคศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550.
- พงษ์สานต์ พันธุ์ลาภ. *สังคมชุมชนระหว่างประเทศ*. กรุงเทพมหานคร : ส.เสริมมิตรการพิมพ์, 2546.
- ภคมน สุทธิพันธุ์. *การลงทุนโดยตรงของธุรกิจไทย ในสาธารณรัฐประชาชนจีน*. กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. *โลกาภิวัตน์กับท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์, 2555.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา, 2541
- _____. *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด*. กรุงเทพฯ : บริษัทดวงกลม
สมัย จำกัด, 2550
- _____. *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด, 2546
- _____. *การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด , 2548
- ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทย-จีน. หลากมุมมองจับจ้องเศรษฐกิจจีน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :
<http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/country/yunnan/transport.php>, 25 กันยายน 2556.
- ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทยในจีน. ข้อมูลเศรษฐกิจจีน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :
<http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/china-info/economy/>, 1 ตุลาคม 2555.
- สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง. สาธารณรัฐประชาชนจีน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :
<http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/republic-of-china/>, 1 ตุลาคม 2555.
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา : *โครงการวิจัยเรื่อง เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน
และการเข้าสู่ตลาดจีนของภาคบริการไทย* , 2553
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. “โอกาสและสู่ทางการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจ
อาหารแปรรูปและการท่องเที่ยว ในมณฑลยูนนาน ประเทศจีน” โดยศูนย์อาเซียน-จีน
ศึกษา สถาบันปัญญาภิวัฒน์, *Research Report*, 2013

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร. การศึกษาสำรวจออกแบบรายละเอียดและการบริหารจัดการศูนย์เปลี่ยนถ่ายรูปแบบการขนส่งสินค้า (Intermodal Facilities) ที่เชียงใหม่ และเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่ง และจราจร, 2553.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครเฉิงตู : “ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://news.xinhuanet.com>, 15.กรกฎาคม 2556.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. รายงานการเข้าสู่ตลาดการค้าหลังเปิดเขตการค้าเสรี สำหรับ SMEs ในสี่มณฑลของจีน. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551.
- สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. คู่มือการทำร้านอาหารไทยในจีน : กันยายน 2550
- อักษรศรี พานิชสาส์น. “การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-มณฑลตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ความเป็นไปได้ โอกาส และอุปสรรค” สาขาวิชาสหวิทยาการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.
- _____. โครงการศึกษาวิเคราะห์จุดเชื่อมโยงทางการค้าระหว่างไทย-จีนตอนใต้ บนเส้นทางและบริเวณ 2 ฝั่ง คุณม่น-กงลู่ ในแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือใต้ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พฤศจิกายน 2550
- _____. เศรษฐกิจจีน ในมุมมองนักเศรษฐศาสตร์ไทย. กรุงเทพมหานคร : โอเพ่นบุ๊กส์, 2554.
- อักษรศรี พานิชสาส์นและคณะ. จีนหนึ่งประเทศหลายมณฑล หลายกฎเกณฑ์ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา : ตุลาคม 2551
- อุทิศ ขาวเขียว. การวางแผนกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ด่านสุทธาการพิมพ์, 2549.
- เอก ตั้งทรัพย์วัฒนา. โลกาภิวัตน์ บริษัทข้ามชาติ บริษัทภิบาล และความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- Thailand Business information center(BIC.,2551)

บรรณานุกรม (ต่อ)

Thaishipper.com. “ปฏิบัติใหม่ ครัวไทยสู่ครัวโลก” (Jan 28,2009) [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :
<http://www.thaishipper.com/content/content.asp?Archives=true&ID=26094>, 28
กันยายน 2556.

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	กนกอร เปลี่ยนสกุล
วัน เดือน ปีเกิด	27 พฤษภาคม 2516
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ, 2539 มหาวิทยาลัยภาษาและวัฒนธรรมปักกิ่ง (BLCU-กรุงเทพฯ) ปริญญาตรีสาขาวิชาภาษาจีนทางธุรกิจ, 2544 มหาวิทยาลัยรังสิต ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจีนในระบบเศรษฐกิจโลก, 2556
การฝึกงาน/การฝึกอบรม	ปี 2554 - 2555 ภาษาเกาหลี (ขั้นต้น) โรงเรียนเกาหลีศึกษาเซจง สีลม ปี 2549 Effective Leader, Leadership Training, Service Minded Training [Gianni enterprise Co.,Ltd.] ปี 2548 English Conversation at British Council Siam Square. [Intermediate level [5.1] ภาษาจีนกลาง(ขั้นต้น-ขั้นสูง) โรงเรียนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก [OKLS] ปี 2539 Training Programme in Creative Department of [ACCESS & ASSOCIATES CO.,LTD [Advertising Agency] ปี 2537 English Conversation at A.U.A. Language school.
ประสบการณ์การทำงาน	ปี 2556- ปัจจุบัน Sales&Marketing Manager/บริษัท เบลล์เฟอ์ฟุม จำกัด ปี 2553- 2556 Restaurant Consultant ที่ปรึกษาด้านการจัดการร้านอาหาร ปี 2548-2553 Marketing and Franchise Development manager/ บริษัท เจียนนี่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ปี 2547-2548 Marketing Manager / บริษัท เอส.ที.เบเกอร์ จำกัด ปี 2544 2547 Marketing Manager / บริษัท นารายณ์พิชเชอเรีย จำกัด ปี 2540-2543 Account Executive & Project co-ordinator/ บริษัท ซี แอด โพรโมชัน(1997) จำกัด
อีเมลล์	yui_kanokorn@hotmail.com