



# สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เอกสารประกอบการพิจารณา



## พิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒

ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของกรอบความตกลง  
ร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติ  
แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีน

อ.พ. ๒๕/๒๕๕๓ การประชุมร่วมกันของรัฐสภา สมัยสามัญนิติบัญญัติ

จัดทำโดย กลุ่มงานบริการวิชาการ สำนักวิชาการ  
โทร ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๗๐-๒



เรียกดูเอกสารได้ที่

[www.parliament.go.th/library](http://www.parliament.go.th/library)

Legislative Institutional Repository of Thailand

พิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒  
ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของกรอบความตกลง  
ร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติ  
แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีน  
(คณะรัฐมนตรี เป็นผู้เสนอ)



## คำนำ

เอกสารประกอบการพิจารณา (อ.พ.) นี้ จัดทำขึ้นในเวลาจำกัด เพื่อให้ทันใช้ประโยชน์ในการพิจารณาพิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒ ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของกรอบความตกลงร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยรวบรวมข้อมูล สถิติ ข้อเท็จจริง บทความ ข่าวจากสื่อต่าง ๆ และ/หรือสรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่สมาชิกรัฐสภาและผู้สนใจทั่วไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

อนึ่ง เอกสารประกอบการพิจารณานี้ กลุ่มงานบริการวิชาการ ๑,๒,๓ สำนักวิชาการ เป็นผู้จัดทำ และเผยแพร่ทาง [www.parliament.go.th/library](http://www.parliament.go.th/library) ผู้ใดนำข้อความหรือส่วนหนึ่งส่วนใดในเอกสารนี้ไปลงพิมพ์ในเอกสารอื่น โปรดอ้างอิงที่มากำกับไว้ด้วย

ต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม โปรดติดต่อกลุ่มงานบริการวิชาการ สำนักวิชาการ หมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๗๐ - ๗๒ โทรสาร ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๕๘ และ ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๕๙

กลุ่มงานบริการวิชาการ  
สำนักวิชาการ  
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร



# เอกสารประกอบการพิจารณา

## สารบัญ

	หน้า
๑. สรุปสาระสำคัญของพิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒ ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของ กรอบความตกลงร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีน (คณะรัฐมนตรี เป็นผู้เสนอ)	๑
๒. พิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒ ของความตกลงว่าด้วยการค้าบริการภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วย ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียนและสาธารณรัฐประชาชนจีน PROTOCOL TO IMPLEMENT THE SECOND PACKAGE OF SPECIFIC COMMITMENTS UNDER THE AGREEMENT ON TRADE IN SERVICES OF THE FRAMEWORK AGREEMENT ON COMPREHENSIVE ECONOMIC CO-OPERATION BETWEEN THE ASSOCIATION OF SOUTHEAST ASIAN NATIONS AND THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA	๓
๓. เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจบริการไทย	๕
๔. ผลการศึกษาธุรกิจบริการในตลาดจีนและการเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจบริการไทย	๑๐
๕. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้ประโยชน์จากเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน สำหรับธุรกิจบริการไทย	๓๓
๖. ภาคผนวก	
- PROTOCOL TO IMPLEMENT THE SECOND PACKAGE OF SPECIFIC COMMITMENTS UNDER THE AGREEMENT ON TRADE IN SERVICES OF THE FRAMEWORK AGREEMENT ON COMPREHENSIVE ECONOMIC CO-OPERATION BETWEEN THE ASSOCIATION OF SOUTHEAST ASIAN NATIONS AND THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA (Final Draft)	๓๗
- คำแปลอย่างไม่เป็นทางการ พิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒ ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของ กรอบความตกลงร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐ ประชาชนจีน	๓๙
- สรุปการสัมมนาเวทีสาธารณะ เรื่อง “การเปิดตลาดการค้าบริการระหว่างอาเซียน-จีน”	๔๑

### ผู้รับผิดชอบ

นางวิจิตรา วัชรภรณ์

ผู้อำนวยการสำนักวิชาการ

นางสาวเยาวนิจ สุนนานนท์

ผู้อำนวยการกลุ่มงานบริการวิชาการ ๒

### ผู้จัดทำและรับผิดชอบ

นายอติวิชญ์ แสงสุวรรณ

วิทยากร ๖

นายทศนารถ เมฆประยูร

นิติกร ๔

นางสาวอัจฉรา ชุมเหล็ก

เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล ๖

นางสาวอรุย์รุ้ ธรรมเพชร

เจ้าพนักงานธุรการ ๖

นางสาวนภาพร ญาณศิริ

เจ้าหน้าที่ธุรการ ๖

พฤศจิกายน ๒๕๕๓

สรุปลงสาระสำคัญพิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒ ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของ  
กรอบความตกลงร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติ  
แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีน  
(คณะรัฐมนตรี เป็นผู้เสนอ)

เรื่องเดิม

ที่ประชุมอาเซียน - จีน (ACTNC) ได้เจรจาจัดทำความตกลงว่าด้วยการค้าบริการเพื่อกำหนดกติกาการค้า และระดับการเปิดตลาดภาคบริการในภูมิภาคอาเซียนและจีน ในการนี้ การเจรจาด้านบริการภายใต้กรอบอาเซียน-จีนเพื่อจัดทำขอบเขตความตกลงและข้อผูกพันการเปิดตลาดรายสาขาชุดที่ ๒ ได้เสร็จสิ้น และพร้อมเสนอให้รัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน-จีน ลงนามในช่วงการประชุมสุดยอดอาเซียน ในเดือนตุลาคม ๒๕๕๓ นี้

ข้อเท็จจริง

พิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒ ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของกรอบความตกลงร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียน และสาธารณรัฐประชาชนจีน มีสาระสำคัญดังนี้

พิธีสารฯ และข้อผูกพันที่อยู่ในภาคผนวกท้ายพิธีสารฯ จะมีผลใช้บังคับในวันที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๔

สำหรับประเทศสมาชิกที่ไม่สามารถแจ้งการดำเนินการภายในของตนให้แล้วเสร็จได้ภายในวันที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๔ สิทธิและภาระผูกพัน (rights and obligations) ของประเทศนั้น ๆ ภายใต้พิธีสารฯ และภาคผนวกท้ายพิธีสารฯ จะเกิดขึ้นในวันที่ประเทศสมาชิกแจ้งให้ฝ่ายเลขาธิการอาเซียนทราบเป็นลายลักษณ์อักษรว่าได้ดำเนินการตามกระบวนการภายในของตนเสร็จสิ้นแล้ว

ตารางข้อผูกพันของแต่ละประเทศจะผนวกแนบท้ายพิธีสารฯ เป็นส่วนหนึ่งของความตกลงฯ โดยในส่วนของไทยได้เสนอเปิดตลาดเพิ่มขึ้นจากข้อผูกพันภายใต้ GATS และข้อผูกพันชุดที่ ๑ ครอบคลุมกิจกรรมบริการบางประเภทในสาขาวิชาชีพ สาขาโทรคมนาคม การศึกษา การเงิน การท่องเที่ยว และการขนส่งทางเรือ/ ทางอากาศ/ ทางราง และทางอากาศ

ข้อเสนอดังกล่าวยังคงอยู่ภายใต้กรอบที่กฎหมายปัจจุบันอนุญาตให้ต่างชาติประกอบธุรกิจได้ คือ ให้ประเทศสมาชิกอาเซียนและจีนสามารถเข้ามาประกอบธุรกิจได้โดยถือหุ้นไม่เกินร้อยละ ๔๙ และมีเงื่อนไขอื่นตามกฎหมายเฉพาะสาขา เช่น ในสาขาวิชาชีพต้องเป็นไปตามที่สภาวิชาชีพกำหนด



LIART

## ผลกระทบ

ความตกลงฯ ฉบับนี้ จะมีผลในการเปิดตลาดธุรกิจบริการระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน และจีน ในระดับที่มีความเหมาะสมต่อระดับการพัฒนาของทั้งสองฝ่าย โดยสาขาบริการที่จีนเปิดตลาดให้อาเซียนเพิ่มเติมไปจากข้อผูกพันภายใต้ GATS เช่น การขนส่งสินค้าทางถนน การซ่อมบำรุงยานพาหนะ และตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้า (freight forwarder) มีบทบาทในการสนับสนุนการค้าขายระหว่างไทยและจีน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ประกอบการไทยในสาขาเหล่านี้ รวมถึงผู้ส่งออกนำเข้าอื่น ๆ นอกจากนี้ ความตกลงฯ ยังระบุให้มีกลไกให้มีการเจรจาเปิดตลาดเพิ่มเติมอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อไทยและอาเซียนในการขยายการส่งออกธุรกิจบริการไปยังตลาดจีนทั้งในอนาคตเมื่อมีศักยภาพเพิ่มขึ้น

## ความเห็นของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงพาณิชย์พิจารณาแล้ว เห็นว่าการลงนามในพิธีสารอนุวัติข้อผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการ ชุดที่ ๒ ของไทย ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของกรอบความตกลงร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียน และจีน จะนำมาซึ่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจด้านการค้าบริการระหว่างประเทศสมาชิกภาคี จึงเห็นควรเร่งดำเนินการภายในประเทศตามบทบัญญัติภายใต้รัฐธรรมนูญ เพื่อให้สามารถลงนามพิธีสารฯ เพื่อคงไว้ ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดี และการมีส่วนร่วมของไทยในอาเซียน และมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องนำเสนอเรื่องเข้าสู่ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา ดังนี้

๑. อนุมัติการลงนามในพิธีสารอนุวัติข้อผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการ ชุดที่ ๒ ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของกรอบความตกลงร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียน และจีน และนำเสนอพิธีสารฯ เข้าสู่การพิจารณาของรัฐสภาให้ความเห็นชอบ เพื่อดำเนินการให้พิธีสารฯ มีผลใช้บังคับต่อไป

๒. มอบหมายให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ หรือผู้ได้รับมอบหมายอื่น เป็นผู้ลงนามในพิธีสารฯ ทั้งนี้ หากมีความจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขถ้อยคำที่มีใช้สาระสำคัญในพิธีสารฯ ขอให้ผู้ลงนามสามารถใช้ดุลยพินิจในเรื่องนั้น ๆ ได้ โดยไม่ต้องนำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

๓. มอบหมายให้กระทรวงการต่างประเทศจัดทำหนังสือมอบอำนาจเต็ม (Full Powers) ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ หรือผู้ได้รับมอบหมายอื่น เป็นผู้ลงนามในพิธีสารฯ

๔. เมื่อรัฐสภาเห็นชอบตามข้อ ๑) แล้ว ให้คณะรัฐมนตรีมอบหมายให้กระทรวงการต่างประเทศจัดทำหนังสือแจ้งประเทศภาคีอื่น ๆ ว่าประเทศไทยได้ดำเนินการตามกระบวนการภายในเสร็จสิ้นแล้ว เพื่อให้พิธีสารฯ มีผลใช้บังคับ

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ



LIART

พิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒ ของความตกลงว่าด้วยการค้าบริการภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียนและสาธารณรัฐประชาชนจีน

PROTOCOL TO IMPLEMENT THE SECOND PACKAGE OF SPECIFIC COMMITMENTS  
UNDER THE AGREEMENT ON TRADE IN SERVICES OF  
THE FRAMEWORK AGREEMENT ON COMPREHENSIVE ECONOMIC CO-OPERATION  
BETWEEN THE ASSOCIATION OF SOUTHEAST ASIAN NATIONS AND  
THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

ที่ประชุมอาเซียน-จีน (ACTNC) ได้เจรจาจัดทำความตกลงว่าด้วยการค้าบริการเพื่อกำหนดกติกาการทำการค้า และระดับการเปิดตลาดภาคบริการในภูมิภาคอาเซียนและจีน

สาระสำคัญของความตกลงว่าด้วยการค้าบริการ มีหลักการเกี่ยวกับความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (GATS) ภายใต้ WTO โดยปรับรายละเอียดให้เหมาะสมกับความตกลงระดับภูมิภาค และสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก ทั้งนี้ กำหนดให้สมาชิกเปิดตลาดมากกว่าที่ผูกพันไว้ใน WTO โดยการเปิดตลาดภาคบริการจะทยอยเปิดตลาดแบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นรอบ ๆ

ตารางข้อผูกพันของแต่ละประเทศจะผนวกแนบท้ายพิธีสารฯ เป็นส่วนหนึ่งของความตกลงฯ โดยในส่วนของไทยได้เสนอเปิดตลาดเพิ่มขึ้นจากข้อผูกพันภายใต้ GATS และข้อผูกพันชุดที่ ๑ ครอบคลุมกิจกรรมบริการการบางประเภทในสาขาวิชาชีพ สาขาโทรคมนาคม การศึกษา การเงิน การท่องเที่ยว และการขนส่งทางเรือ/ ทางอากาศ/ ทางราง และทางอากาศ

ข้อเสนอดังกล่าวยังคงอยู่ภายใต้กรอบที่กฎหมายปัจจุบันอนุญาตให้ต่างชาติประกอบธุรกิจได้ คือ ให้ประเทศสมาชิกอาเซียนและจีนสามารถเข้ามาประกอบธุรกิจได้โดยถือหุ้นไม่เกินร้อยละ ๔๙ และมีเงื่อนไขอื่นตามกฎหมายเฉพาะสาขา เช่น ในสาขาวิชาชีพต้องเป็นไปตามที่สภาวิชาชีพกำหนด

จีนเสนอเปิดตลาดเพิ่มเติมจากข้อผูกพันภายใต้ GATS ครอบคลุมกิจกรรมในสาขาบริการด้านคอมพิวเตอร์ สาขาโทรคมนาคม การบริการด้านสิ่งแวดล้อม การเงิน บริการขนส่ง และบริการธุรกิจอื่น ๆ

พิธีสารฯ ฉบับนี้ ได้ผ่านความเห็นชอบในหลักการและถ้อยคำทางกฎหมายจากที่ประชุมคณะเจรจาการค้าอาเซียน-จีนแล้ว เมื่อวันที่ ๒๗-๓๐ มิถุนายน ๒๕๕๓ ณ เมืองเถิงชิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีกำหนดการลงนามโดยรัฐมนตรีการค้าอาเซียนและจีน ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ระหว่างวันที่ ๒๘-๒๙ ตุลาคม ๒๕๕๓ ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม

**ผลประโยชน์** ความตกลงฯ ฉบับนี้ จะมีผลในการเปิดตลาดธุรกิจบริการระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนและจีน ในระดับที่มีความเหมาะสมต่อระดับการพัฒนาของทั้งสองฝ่าย โดยสาขาบริการที่จีนเปิดตลาดให้อาเซียนเพิ่มเติมไปจากข้อผูกพันภายใต้ GATS เช่น การขนส่งสินค้าทางถนน การซ่อมบำรุงยานพาหนะ และตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้า (freight forwarder) มีบทบาทในการสนับสนุนการค้าขายระหว่างไทยและจีน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ประกอบการไทยในสาขาเหล่านี้ รวมถึงผู้ส่งออกนำเข้าอื่น ๆ

นอกจากนี้ ความตกลงฯ ยังระบุให้มีกลไกให้มีการเจรจาเปิดตลาดเพิ่มเติมอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อไทยและอาเซียนในการขยายการส่งออกธุรกิจบริการไปยังตลาดจีนทั้งในอนาคตเมื่อมีศักยภาพเพิ่มขึ้น

ผลกระทบ การเปิดตลาดของไทยอยู่ภายใต้กรอบที่กฎหมายปัจจุบันอนุญาตให้ประกอบธุรกิจได้ จึงไม่น่าจะเกิดผลกระทบโดยตรง ทั้งนี้ จีนแสดงความสนใจบริการด้านการศึกษา (โรงเรียนสอนภาษาจีน) ซึ่งไม่ได้มีการแข่งขันกับผู้ประกอบการไทยในวงกว้าง อีกทั้งเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการพัฒนาความสามารถทางภาษาของบุคลากรไทยอีกด้วย

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ตุลาคม ๒๕๕๓



## เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจบริการไทย\*

ภาคบริการของไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และไม่จำกัดแค่เพียงด้านการค้าและการลงทุนในประเทศเท่านั้น แต่มีการขยายตัวทั้งการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ ส่งผลให้ภาคบริการของไทยมีส่วนประมาณ 45.7% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ส่วนตลาดจีนเป็นตลาดใหม่ที่มีความสำคัญด้วยจำนวนประชากรถึงกว่า 1,320 ล้านคน และมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2551 อัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 9 โดยภาคบริการในตลาดจีนกำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่ง ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนของจีน ตลอดจนผู้ประกอบการจากต่างประเทศ เนื่องจากตลาดกำลังขยายตัวและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2549 ภาคบริการมีส่วนประมาณ 39 % ต่อ GDP ของประเทศ ในปัจจุบันข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) เป็นประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการจากประเทศต่างๆ รวมทั้งผู้ประกอบการไทย มีโอกาสในการขยายธุรกิจบริการเข้าไปยังตลาดจีนได้อย่างเสรีมากขึ้น ซึ่งหนึ่งในข้อตกลงการค้าเสรีที่มีความสำคัญและจะช่วยเปิดโอกาสการเข้าสู่ตลาดจีนให้กับผู้ประกอบการธุรกิจบริการของไทยได้นั้น ได้แก่ ข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างอาเซียน-จีน (ASEAN-China Free Trade Agreement: ACFTA) เป็นการลงนามภายใต้กรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน โดยด้านการค้าบริการมีการลงนามในข้อตกลงด้านการค้าบริการ (Trade in Services Agreement under the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between China and ASEAN: TIS Agreement) ซึ่งมีการตกลงข้อผูกพันการเปิดตลาดรอบแรก (First Package) ไปเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2550 และเริ่มมีผลบังคับใช้ในเดือนกรกฎาคม 2550 เป็นต้นมา

โครงการวิจัยเรื่อง “เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีนและการเข้าสู่ตลาดจีนของภาคบริการไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ธุรกิจบริการในตลาดจีน ศึกษาผลจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่มีต่อการค้า การลงทุนภาคบริการของไทยในประเทศจีน ศึกษาศักยภาพและความน่าลงทุนในตลาดจีนของธุรกิจบริการของไทย ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจภาคบริการไทย โดยสาขาธุรกิจที่ศึกษาได้แก่ สาขาธุรกิจการศึกษา ธุรกิจโรงพยาบาล ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหารไทย และธุรกิจสปา พื้นที่ในการศึกษา คือ กวางโจว เซินเจิ้น เซียงไฮ้ หางโจวและซูโจว

\*ที่มา : สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา.

เข้าถึงได้จาก <http://www.itd.or.th/th/publications/100407>.



สำหรับธุรกิจบริการทั้ง 7 ประเภทที่เลือกศึกษานั้น ล้วนเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในการแข่งขันและมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปในอนาคตในตลาดจีน เนื่องจากการบริโภคบริการในตลาดจีนกำลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลของการเติบโตทางเศรษฐกิจของจีน และฐานะทางเศรษฐกิจของชาวจีนที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยดังกล่าวจึงทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่ต้องการรับบริการประเภทต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจบริการที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ อาทิ บริการโรงพยาบาล บริการค้าปลีก และบริการการศึกษา ตลอดจนบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือนักธุรกิจที่เดินทางเข้ามายังประเทศจีน รวมทั้งธุรกิจที่ตอบสนองความพึงพอใจส่วนบุคคลของผู้บริโภค อาทิ บริการโรงแรม นำเที่ยว ร้านอาหารไทย และสปา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคชาวจีนที่มาตรฐานร่ำรวย นับว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจบริการของไทยเข้ายังตลาดจีนได้เป็นอย่างดี

วิธีการวิเคราะห์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา สถานการณ์ทางการค้าบริการและการลงทุนในแต่ละสาขาในตลาดจีน ทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน กรอบข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน และกรอบข้อตกลงที่เกี่ยวข้อง จากข้อมูลทฤษฎีและปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมได้ วิเคราะห์ศักยภาพของบริการแต่ละสาขาของตลาดจีน และความน่าลงทุนในตลาดจีนของธุรกิจภาคบริการของไทยในแต่ละสาขา โดยวิเคราะห์ตัวแปรต่างๆ ตามแบบจำลอง Diamond Model และ Five forces Model ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของภาคบริการไทยในแต่ละสาขาในระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่ ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

ภาคบริการมีแนวโน้มที่จะเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเติบโตของประเทศทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ภาคบริการของจีนยังเติบโตไม่มากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่มีสัดส่วนของภาคบริการต่อ GDP ร้อยละ 72 ทางการเงินจึงเห็นความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาภาคบริการ โดยได้บรรจุวาระเพื่อเร่งการพัฒนาภาคบริการไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งรัฐบาลกลางได้แสดงความเห็นว่าภาคบริการของจีนนั้น “ไม่เพียงพอ มีโครงสร้างไม่สมดุล ผลคุณภาพและความสามารถในการแข่งขันต่ำ มีส่วนแบ่งใน GDP น้อย และไม่อาจเทียบได้กับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดในภาคอุตสาหกรรมการผลิต” และเสนอมาตรการสำคัญในการเร่งพัฒนาภาคบริการ โดยส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติในภาคบริการในรูปแบบที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาภาคบริการของประเทศ



LIRT

นอกจากนั้น ความสำคัญของภาคบริการต่อการพัฒนาเศรษฐกิจทำให้การเจรจาเปิดตลาดบริการอยู่ในความสนใจของนานาประเทศทั่วโลก ในส่วนของจีนกับไทย ได้มีข้อตกลงในการเปิดเสรีการค้าบริการใน 2 บริบท ได้แก่ ในกรอบ GATS ซึ่งเป็นข้อตกลงในฐานะสมาชิก WTO ครอบคลุมประเทศทั่วโลก และในกรอบอาเซียน-จีน ซึ่งเป็นความตกลงเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนกับจีนที่เพิ่มจาก GATS ซึ่งในทั้ง 2 กรอบนี้ มีหลักการสำคัญเช่นเดียวกันคือ การไม่เลือกปฏิบัติ การเปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไปและมีเงื่อนไข การมีสิทธิในการออกกฎระเบียบภายในประเทศได้ และความโปร่งใสของกฎเกณฑ์ต่างๆ

สาขาที่จีนตกลงจะเปิดเสรีภายใต้ GATS ใน 9 สาขา ได้แก่ 1) สาขาบริการธุรกิจ 2) สาขาบริการด้านการสื่อสาร 3) สาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง 4) สาขาบริการจัดจำหน่าย 5) สาขาบริการด้านการศึกษา 6) สาขาบริการด้านสิ่งแวดล้อม 7) สาขาบริการทางการเงิน 8) สาขาบริการด้านการท่องเที่ยว และ 9) สาขาบริการขนส่ง ซึ่งมักไม่มีข้อจำกัดในรูปแบบการให้บริการข้ามพรมแดน หรือการให้คนจีนเดินทางไปใช้บริการต่างประเทศ (mode 1,2)<sup>1</sup> ส่วนในรูปแบบของการเข้าไปตั้งหน่วยธุรกิจในประเทศ (mode 3)<sup>2</sup> ส่วนใหญ่มอบให้ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้และอาจถือได้ถึง 100% ในบางสาขา สำหรับการให้บริการในรูปแบบของการเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดา (mode 4)<sup>3</sup> จีนค่อนข้างจะมีข้อจำกัดมากและไม่ยอมตกลงผูกพันตามพันธกรณีนี้

ในกรอบของอาเซียน-จีน จีนตกลงเปิดเสรีภาคบริการให้กับกลุ่มประเทศอาเซียนใน 5 สาขา ได้แก่ 1) สาขาบริการธุรกิจ 2) สาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง 3) สาขาบริการด้านสิ่งแวดล้อม 4) สาขาบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา และ 5) สาขาบริการขนส่ง ซึ่งสาขาที่เปิดเพิ่มเติมจาก GATS คือ บริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา ส่วนอีก 4 สาขาแม้จะมีข้อตกลงใน GATS อยู่แล้ว แต่ในกรอบอาเซียน-จีนก็มีการผูกพันในระดับที่ลึกซึ้ง เช่น บริการทำความสะอาดอาคาร บริการดูแลรักษาและซ่อมรถยนต์ ให้อาเซียนถือหุ้นได้ถึง 100% โดยไม่มีเงื่อนไข เป็นต้น

<sup>1</sup> Mode 1 หมายถึง การให้บริการข้ามพรมแดน (Cross Border Supply)

Mode 2 หมายถึง การบริโภคในต่างประเทศ (Consumption Abroad)

<sup>2</sup> Mode 3 หมายถึง การตั้งหน่วยธุรกิจ (Commercial Presence)

<sup>3</sup> Mode 4 หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคลากร (Movement of Natural Persons)



เมื่อเทียบกับประเทศไทยแล้ว กฎหมายหลักที่ควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว (พ.ร.บ. ต่างด้าว) ได้กำหนดธุรกิจบริการไว้ในบัญชีสาม ซึ่งเป็นบัญชีสำหรับธุรกิจที่เห็นว่าผู้ประกอบการไทยยังไม่มีความสามารถในการแข่งขัน จึงไม่อนุญาตให้ต่างด้าวถือหุ้นเกิน 50% เว้นแต่ขออนุญาตจากกระทรวงพาณิชย์เป็นรายกรณีไป ดังนั้น ในข้อตกลงของไทย ไม่ว่าจะในกรอบ GATS หรือ อาเซียน-จีน จึงไม่ได้ผูกพันในส่วนของการถือหุ้นโดยต่างด้าวในธุรกิจบริการไว้เกิน 49% ในแง่การควบคุมสัดส่วนการถือหุ้นของจีนจึงอาจเรียกได้ว่าเปิดมากกว่าไทย แต่หากวิเคราะห์โดยลึกซึ้งแล้ว จะเห็นว่าวิธีในการควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างชาติของไทยกับจีนนั้นแตกต่างกัน โดยจีนไม่ได้กังวลว่าจะมีต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศ แต่ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพและผลประโยชน์ที่ธุรกิจและคนจีนจะได้รับจากบริการของต่างชาตินั้นๆ จึงมักกำหนดคุณสมบัติเพิ่มเติม เช่น เงินทุน ประสิทธิภาพ คุณวุฒิ และยังกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นขั้นต่ำของต่างชาติในกรณีร่วมทุนไว้ไม่ต่ำกว่า 25% ซึ่งหมายความว่า ถ้าต่างชาติจะเข้ามาประกอบธุรกิจในจีน ก็จำเป็นต้องนำเงินเข้ามาในจำนวนพอสมควร นอกจากนั้น จีนยังมีกฎระเบียบภายในประเทศอีกมากมาย ซึ่งสามารถทำได้ภายใต้ข้อบทว่าด้วยสิทธิในการกำหนดกฎระเบียบภายในประเทศ (Right to Regulate) การเข้าสู่ตลาดบริการของจีนจึงไม่ย่ำง่าย แม้ว่าจะไม่มีข้อจำกัดเรื่องการถือหุ้นก็ตาม

นอกจากนั้น ในแง่ของการตีความว่าบริษัทใดบ้างถือเป็นต่างด้าวนั้น เป็นไปตามที่ระบุในข้อตกลงและในกฎหมายเฉพาะของแต่ละประเทศ ข้อตกลงอาเซียน-จีน กำหนดว่าการเป็นผู้บริการของชาติใดนั้น ในกรณี mode 1 และ mode 2 หมายถึง บริษัทที่จดทะเบียนภายใต้กฎหมายของประเทศและทำธุรกิจส่วนใหญ่ (substantial) ในประเทศนั้นๆ โดยไม่ต้องดูความเป็นเจ้าของ แต่สำหรับกรณี mode 3 และ mode 4 จะต้องดูด้วยว่าเจ้าของบริษัทนั้นๆ เป็นคนของประเทศนั้นหรือไม่ เช่น บริษัทที่จัดตั้งตามกฎหมายไทยและประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะสามารถให้บริการข้ามพรมแดน (โดยไม่ไปตั้งบริษัทในจีน) ด้วยสิทธิการเข้าสู่ตลาดจีนภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ได้ทันที แต่หากต้องการเข้าไปตั้งบริษัทในจีนและใช้สิทธิตามข้อตกลง บริษัทร่วมทุนนั้นจะต้องมีคนไทยถือหุ้นอยู่มากกว่าครึ่งหนึ่ง จึงจะจัดเป็นบริษัทไทย ดังนั้น ข้อตกลงนี้จึงไม่ได้เอื้อประโยชน์ให้ไทยในการเป็นฐานให้ประเทศที่สาม เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐฯ เข้าสู่ตลาดจีนได้

จากข้อมูลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า ข้อตกลงด้านบริการในเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ในการตกลงรอบแรกนี้ ยังไม่ได้ให้สิทธิประโยชน์กับไทยในสาขาที่มีความสามารถในการแข่งขัน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สปา เพิ่มเติมไปจากที่เคยได้ในฐานะสมาชิก WTO อย่างไรก็ตาม อาจมีโอกาส



LIART

เมื่อเทียบกับประเทศไทยแล้ว กฎหมายหลักที่ควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว (พ.ร.บ. ต่างด้าว) ได้กำหนดธุรกิจบริการไว้ในบัญชีสาม ซึ่งเป็นบัญชีสำหรับธุรกิจที่เห็นว่า ผู้ประกอบการไทยยังไม่มีความสามารถในการแข่งขัน จึงไม่อนุญาตให้ต่างด้าวถือหุ้นเกิน 50% เว้นแต่ ขออนุญาตจากกระทรวงพาณิชย์เป็นรายกรณีไป ดังนั้น ในข้อตกลงของไทย ไม่ว่าจะในกรอบ GATS หรือ อาเซียน-จีน จึงไม่ได้ผูกพันในส่วนของการถือหุ้นโดยต่างด้าวในธุรกิจบริการไว้เกิน 49% ในแง่ การควบคุมสัดส่วนการถือหุ้นของจีนจึงอาจเรียกได้ว่าเปิดมากกว่าไทย แต่หากวิเคราะห์โดยลึกซึ้งแล้ว จะเห็นว่าวิธีในการควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างชาติของไทยกับจีนนั้นแตกต่างกัน โดยจีน ไม่ได้กังวลว่าจะมีต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศ แต่ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพและ ผลประโยชน์ที่ธุรกิจและคนจีนจะได้รับจากบริการของต่างชาติต่างๆ จึงมักกำหนดคุณสมบัติเพิ่มเติม เช่น เงินทุน ประสบการณ์ คุณวุฒิ และยังกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นขั้นต่ำของต่างชาติในกรณีร่วมทุน ไว้ไม่ต่ำกว่า 25% ซึ่งหมายความว่า ถ้าต่างชาติจะเข้ามาประกอบธุรกิจบริการในจีน ก็จำเป็นต้องนำเงิน เข้ามาในจำนวนพอสมควร นอกจากนั้น จีนยังมีกฎระเบียบภายในประเทศอีกมากมาย ซึ่งสามารถทำได้ ภายใต้อำนาจด้วยสิทธิในการกำหนดกฎระเบียบภายในประเทศ (Right to Regulate) การเข้าสู่ตลาด บริการของจีนจึงไม่ยากนัก แม้ว่าจะไม่มีข้อจำกัดเรื่องการถือหุ้นก็ตาม

นอกจากนั้น ในแง่ของการตีความว่าบริษัทใดบ้างถือเป็นต่างด้าวนั้น เป็นไปตามที่ระบุใน ข้อตกลงและในกฎหมายเฉพาะของแต่ละประเทศ ข้อตกลงอาเซียน-จีน กำหนดว่าการเป็นผู้บริการของ ชาติใดนั้น ในกรณี mode 1 และ mode 2 หมายถึง บริษัทที่จดทะเบียนภายใต้กฎหมายของประเทศและ ทำธุรกิจส่วนใหญ่ (substantial) ในประเทศนั้นๆ โดยไม่ต้องดูความเป็นเจ้าของ แต่สำหรับกรณี mode 3 และ mode 4 จะต้องดูด้วยว่าเจ้าของบริษัทนั้นๆ เป็นคนของประเทศนั้นหรือไม่ เช่น บริษัทที่ จัดตั้งตามกฎหมายไทยและประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะสามารถให้บริการข้ามพรมแดน (โดยไม่ไปตั้งบริษัทในจีน) ด้วยสิทธิการเข้าสู่ตลาดจีนภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ได้ทันที แต่ หากต้องการเข้าไปตั้งบริษัทในจีนและใช้สิทธิตามข้อตกลง บริษัทร่วมทุนนั้นจะต้องมีคนไทยถือหุ้นอยู่ มากกว่าครึ่งหนึ่ง จึงจะจัดเป็นบริษัทไทย ดังนั้น ข้อตกลงนี้จึงไม่ได้เอื้อประโยชน์ให้ไทยในการเป็น ฐานให้ประเทศที่สาม เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐฯ เข้าสู่ตลาดจีนได้

จากข้อมูลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า ข้อตกลงด้านบริการในเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ในการตกลงรอบแรกนี้ ยังไม่ได้ให้สิทธิประโยชน์กับไทยในสาขาที่มีความสามารถในการแข่งขัน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สปา เพิ่มเติมไปจากที่เคยได้ในฐานะสมาชิก WTO อย่างไรก็ตาม อาจมีโอกา สผลักดันให้จีนเปิดตลาดมากขึ้นในการเจรจาต่อไป และถึงแม้ในที่สุดจะไม่สามารถผลักดันให้จีน เปิดตลาดได้ แต่ก็ควรจะใช้ประโยชน์จากความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดขึ้นในกรอบอาเซียน- จีน ในด้านความร่วมมือขจัดอุปสรรคทางการค้า การอำนวยความสะดวกทางการค้า ให้ได้มากที่สุด

## ผลการศึกษารัฐกิจบริการในตลาดจีน และการเข้าสู่ตลาดจีนของรัฐกิจบริการไทย\*

ผลการศึกษาภาพรวมของรัฐกิจบริการในตลาดจีนและการเข้าสู่ตลาดจีนของรัฐกิจบริการไทย  
แต่ละสาขา มีดังนี้

### ธุรกิจการศึกษา

ปี 2550 ประเทศจีนมีประชากรทั้งสิ้น 1,321.29 ล้านคน และมีอัตราการเพิ่มของประชากร ร้อยละ 0.52 ต่อปี ส่งผลให้ความต้องการด้านการศึกษาอยู่ในระดับที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศไทย โดยเฉพาะการศึกษาระดับอุดมศึกษา และอาชีวศึกษา อย่างไรก็ตามนโยบายสนับสนุนให้ชาวจีนมี ลูกคนเดียว นับตั้งแต่ปี 2520 ได้ชะลอการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์การศึกษาลงไประดับหนึ่ง แต่ได้พัฒนา ไปสู่ความต้องการ การศึกษาที่เน้นคุณภาพมากกว่า ปริมาณ สำหรับแนวโน้มการศึกษาโดยทั่วไปของ จีน นับตั้งแต่ปี 2520 จนถึงปัจจุบันพบว่า ระดับประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีแนวโน้มที่ลดลงอย่างชัดเจน ขณะที่การศึกษาระดับอุดมศึกษา และอาชีวศึกษามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันชาวจีนต่างเชื่อว่าการได้ศึกษา และทำงานในเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญของ ประเทศ จะนำไปสู่โอกาสในการมีหน้าที่การงานที่ดี หลังจากจบการศึกษา ส่งผลให้สถาบันการศึกษา ในเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญของจีน ไม่เพียงพอกับความต้องการ แม้ว่าการย้ายถิ่นที่อยู่จากภูมิลำเนาเดิม การย้ายสถานที่เรียน และสถานที่ทำงานของประชาชนจีนนั้นจะมีข้อจำกัดทางกฎหมายเป็นอุปสรรคอยู่ ก็ตาม สำหรับการศึกษาระดับประถมและมัธยมศึกษาในหลักสูตรนานาชาติ ซึ่งชาวจีนมีความเชื่อว่าเป็นหลักสูตรการศึกษาที่นำไปสู่อานาคตที่ดีกว่า ความต้องการเข้าศึกษาจึงยังมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น และอยู่ในภาวะที่ไม่เพียงพอ เนื่องจากสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่เป็นการลงทุนโดยภาคเอกชน และ ต้องใช้เงินลงทุนสูง อย่างไรก็ตามสำหรับการจัดตั้งสถาบันการศึกษาในประเทศจีน สามารถทำได้โดย จะต้องเป็นกรณีของการร่วมทุนกับสถาบันการศึกษาจีน และมีลักษณะเป็นการร่วมประกอบการ โดยใช้ ผู้บริหารสถาบันการศึกษาที่เป็นคนจีนเท่านั้น โดยที่สามารถนำครูอาจารย์จากต่างประเทศเข้าไปได้ แต่ มีข้อจำกัดในเรื่องของควมวุฒิ ใบประกอบวิชาชีพ ที่จะต้องมีประสบการณ์ในการสอน ไม่น้อยกว่า 2 ปี ดังนั้นการจะจัดตั้งสถาบันการศึกษาขึ้นในประเทศจีน โดยสถาบันการศึกษาเอกชนไทย ดูจะมีความ เป็นไปได้ได้น้อย จากทั้งอุปสรรคด้านเงินทุน และบุคลากร จากจำนวนครูอาจารย์ที่มีน้อย และยากต่อการ

\*ที่มา : สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา.

เข้าถึงได้จาก <http://www.itd.or.th/th/publications/100407>.



เคลื่อนย้ายไปทำงานในต่างประเทศ นอกจากนั้นสถาบันการศึกษาของจีน โดยเฉพาะระดับอุดมศึกษา สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่มีการจัดตั้ง และพัฒนามาอย่างยาวนานกว่าไทย และมีผลงานทางวิชาการอยู่ในอันดับโลกที่ดีกว่า การแข่งขันของสถาบันเอกชนใหม่จึงเป็นเรื่องยาก

อย่างไรก็ตามสถาบันการศึกษาในประเทศจีนส่วนใหญ่เป็นของรัฐ โดยเฉพาะการศึกษาในภาคบังคับ ซึ่งสถาบันศึกษามีสภาพแวดล้อมโรงเรียนไม่สะดวกสบายเหมือนโรงเรียนนานาชาติของเอกชน แต่มีศักยภาพด้านบุคลากรครูอาจารย์ แม้จะยังมีข้อจำกัดในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารอยู่บ้าง และจากการที่กฎระเบียบด้านการศึกษาของจีน ได้เปิดโอกาสให้สถาบันการศึกษาสามารถร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศในหลายรูปแบบ เช่น การเปิดหลักสูตรร่วมกัน การโอนย้ายวิชาเรียนระหว่างกัน การแลกเปลี่ยนนักศึกษา และการแลกเปลี่ยนอาจารย์ การสามารถเปิดสอนหลักสูตรนานาชาติ หรือสองภาษาและมีลักษณะเป็น โครงการเลี้ยงตัวเอง ร่วมกับต่างชาติได้ โดยเพียงแต่ได้รับการอนุมัติจากรัฐบาลท้องถิ่นเท่านั้น เป็นสิ่งจูงใจในการเข้าสู่ตลาดการศึกษาของจีน โดยเฉพาะการนำนักศึกษาจากจีนมาเรียนในประเทศไทย ซึ่ง ณ ปัจจุบันมีความเป็นไปได้สูงมาก เนื่องจากการเดินทางจากประเทศจีนมายังประเทศไทยมีความสะดวกรวดเร็วขึ้นมาก จากการพัฒนา ระบบการขนส่งที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยเฉพาะมณฑลทางตอนใต้ของจีน ขณะเดียวกันที่ประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรนานาชาติ ที่สามารถรองรับนักศึกษาจากจีนได้ ทั้งในระดับอุดมศึกษา และหลักสูตรโรงเรียนนานาชาติ สำหรับระดับอุดมศึกษาสถาบันการศึกษาของไทยมีความพร้อมในการให้บริการเรียนการสอน ทั้งในด้านอาจารย์ผู้สอน และสื่อการเรียนการสอนต่างๆ ปัจจุบันมหาวิทยาลัยไทยที่จัดการเรียนการสอนหลักสูตรนานาชาติ และมีนักศึกษาจากจีนเข้าศึกษามีถึง 78 สถาบัน และมีโรงเรียนนานาชาติ 87 โรงเรียน สำหรับค่าใช้จ่ายในการศึกษาแล้วเรียนเมื่อเทียบกับจีน และ สิงคโปร์ พบว่าสามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้การที่ประเทศจีนยอมรับวุฒิการศึกษา จากทุกสถาบันการศึกษาของไทยที่ได้รับการรับรองจากรัฐบาลไทย จึงเป็นโอกาสที่สำคัญในการเข้าสู่ตลาดการศึกษาของจีน อย่างไรก็ตามยังมีอีกหลายประการที่ต้องปรับปรุงและพัฒนาต่อไป เนื่องจาก ณ ปัจจุบันสภาพแวดล้อมในสถาบันการศึกษาของไทยยังขาดความเป็นนานาชาติ และยังไม่มีการร่วมมือกันดำเนินธุรกิจการศึกษาในต่างประเทศระหว่างสถาบันการศึกษาของไทยด้วยกันเอง

ดังนั้นจากการพิจารณาข้อมูล ด้านอุปสงค์ และอุปทานของธุรกิจการศึกษาของจีน ตลอดจนสถานะการให้การศึกษาแก่นักศึกษาจีนข้างต้นในประเทศไทยแล้ว สามารถกำหนดกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของการค้าบริการด้านการศึกษา แบ่งเป็นระดับๆ ได้ดังต่อไปนี้ คือ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate level) ได้แก่ การทำความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาของไทยกับจีนเพื่อการ



LIART

แลกเปลี่ยนนักศึกษา และจัดทำหลักสูตรร่วมกันรองรับนักศึกษาจากทั้งสองประเทศ การหาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเป็นตัวแทนแนะนำสถาบัน และอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางมาศึกษาในประเทศไทย สถาบันการศึกษาไทยต้องเร่งพัฒนา และยกระดับสถาบันการศึกษาเอกชนให้ได้มาตรฐานโลก การร่วมทุนกันระหว่างชาติอาเซียน รวมถึง จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ หรือร่วมทุนระหว่างสถาบันการศึกษาเอกชนไทย เพื่อจัดตั้งสถาบันการศึกษาเอกชนในประเทศจีน กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business level) ได้แก่ การจัดการหลักสูตร สำหรับนักศึกษาจีน ให้มีความยืดหยุ่น เกี่ยวกับการเลือกวิชาเรียน และสถานที่เรียน การจัดเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่พักอาศัย ให้มีความสะดวกสบาย จัดทำโครงการทัศนศึกษา การฝึกงานเป็นกิจกรรมเสริม ให้เกิดกิจกรรมร่วมกันของนักศึกษาหลักสูตรนานาชาติ เพื่อให้เกิดการรับรู้ คู่กันเคยและมีความไว้วางใจ สังคมไทยและประเทศไทยที่ดี การควบคุมค่าใช้จ่ายโดยรวมในการศึกษาในประเทศไทยของนักศึกษาจีนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และสามารถแข่งขันได้ กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional level) ด้านการผลิต ได้แก่ การลงทุนปรับสภาพแวดล้อมสถาบันการศึกษาให้มีความเป็นนานาชาติมากขึ้น การสร้างวิทยาเขตรองรับหลักสูตรนานาชาติ การพัฒนาหลักสูตรกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศทั้งหลายที่มีการทำความร่วมมือทางวิชาการ และการแลกเปลี่ยนนักศึกษา เพื่อให้ นักศึกษาสามารถเลือกศึกษาบางวิชา ในประเทศอื่นๆ ที่มีความร่วมมือกันได้ ไม่เพียงแต่ในประเทศจีน หรือไทย แต่อาจเป็น อังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ ฯลฯ เป็นการขยายโอกาสให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์ในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้านการเงิน เปรียบกับสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่เป็นพันธมิตร จากประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศในกลุ่มอาเซียน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมทั้งจีน เพื่อหาแนวทางในการระดมทุน หรือร่วมลงทุนดำเนินธุรกิจกับสถาบันการศึกษา รวมถึงการหาแนวทางในการขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งบางแห่ง มีประสบการณ์ในการปล่อยสินเชื่อแก่สถาบันการศึกษา ด้านการตลาด ได้แก่ การตั้งตัวแทน(Agency) สถาบันการศึกษาของไทย ในประเทศจีน การจัดทำโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างสถาบันการศึกษาในประเทศจีน และประเทศอื่นๆ ที่มีความร่วมมือทางธุรกิจ และทางวิชาการ การเข้าร่วมงานแฟร์ด้านการศึกษานานาชาติซึ่งมีการจัดทุกปีในประเทศจีน ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่การยกระดับมาตรฐานการสอน ของครูอาจารย์สู่หลักสูตรนานาชาติมากขึ้นทั้งปริมาณ และคุณภาพ

นอกจากการดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ ข้างต้นแล้ว หน่วยงานภาครัฐ ที่ทำหน้าที่ในการพัฒนา และส่งเสริม SME ควรเร่งดำเนินการสร้างเสริมโอกาสให้ เกิดเครือข่าย SME ระหว่างประเทศอย่างเป็นทางการมากขึ้น โดยเฉพาะ ในหมู่ประเทศสมาชิกอาเซียน รวมถึง จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น อีกทั้งใน



LIRT

ระยะยาวควรส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายนักลงทุนรุ่นใหม่ ระหว่างประเทศจากนักศึกษานานาชาติ ที่เข้ามาเรียนในประเทศไทย กับนักศึกษาไทย ควบคู่กับการให้การศึกษา โดยหน่วยงาน หน่วยงานภาครัฐ ที่ทำหน้าที่ในการพัฒนา และส่งเสริม SME ร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ส่งเสริมให้นักศึกษานานาชาติ ที่เข้ามาในประเทศไทย ได้เรียนรู้ และซึมซับวิถีชีวิตที่งดงามของไทย ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว ในระหว่างปิดภาคเรียน หรือกิจกรรมเสริมหลักสูตรต่างๆ เพื่อเป็นการพัฒนาไปสู่การจับคู่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจในอนาคตที่สามารถไว้วางใจกันได้มากขึ้น

### ธุรกิจโรงพยาบาล

ประเทศจีนดำเนินการปฏิรูปเศรษฐกิจตั้งแต่ปี 2521 จนถึงปี 2551 เป็นเวลากว่า 30 ปี การรักษาพยาบาลก็เกิดการเปลี่ยนแปลงชนิดหน้ามือเป็นหลังมือ จากประเทศที่เป็นสังคมนิยม และรัฐสวัสดิการมาเป็นระบบเศรษฐกิจตลาดแบบสังคมนิยม

เมื่อเศรษฐกิจของประเทศจีน มีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง รายได้ของประชาชนดีขึ้น ทำให้ประชาชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยหันมาสนใจเรื่องสุขภาพ และการรักษาพยาบาล นักธุรกิจจึงมีความเห็นตรงกันว่าธุรกิจสถานพยาบาล น่าจะเป็นธุรกิจที่ดีที่สุดธุรกิจหนึ่ง จึงมีโรงพยาบาลเอกชนและคลินิกเปิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก

รัฐบาลจีนได้ปฏิรูปการรักษาพยาบาล โดยอนุญาตให้เอกชนจีนเปิดคลินิก และสถานพยาบาลได้ และอนุญาตให้นิติบุคคลต่างชาติร่วมทุนกับนิติบุคคลจีนจัดตั้งโรงพยาบาล การร่วมทุนหรือร่วมประกอบการระหว่างจีนกับต่างชาติ ตามข้อตกลงของจีนนั้น ผู้ให้บริการต่างชาติกับหุ้นส่วนชาวจีน ร่วมกันจัดตั้งโรงพยาบาลและคลินิกได้ และอนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นมากกว่าจีนได้ ในส่วนนี้ได้เป็นไปตามความต้องการที่แท้จริงของประเทศจีน ซึ่งมีข้อจำกัดด้านปริมาณ ไม่อนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติจัดตั้งหน่วยงานทางการแพทย์แต่เพียงผู้เดียว ในหลักปฏิบัติของบริการทางการแพทย์ โรงพยาบาลร่วมทุนและคลินิกร่วมทุนจำเป็นต้องมีแพทย์และผู้ช่วยทางการแพทย์ส่วนใหญ่เป็นสัญชาติจีน

สำหรับการลงทุนของต่างชาติด้านการบริการรักษาพยาบาลจนถึงสิ้นปี 2549 ต่างชาติเข้ามาลงทุนในโครงการต่างๆ รวม 228 โครงการ มูลค่าทุนจดทะเบียนจำนวน 972 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มูลค่า



LIART

การลงทุนจริง จำนวน 548 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ถือว่ายังไม่มาก นอกจากกฎระเบียบแล้ว ยังมีเงื่อนไขต่างๆที่ต้องปฏิบัติ เช่น พื้นที่ของโรงพยาบาลขึ้นกับจำนวนเตียงคนไข้ โดยแต่ละเตียงต้องมีพื้นที่ 80 -120 ตารางเมตร ถ้าเป็นคลินิกต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 100 ตารางเมตร และห้องตรวจแต่ละห้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 30 ตารางเมตร

ตลาดธุรกิจโรงพยาบาลของจีนมีการเติบโตมาโดยตลอดและมีแนวโน้มที่จะเติบโตอีกในอนาคต ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ประชาชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น ส่งผลให้ต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยด้านสุขภาพอนามัยก็นับเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้นธุรกิจโรงพยาบาลในจีนถือว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงที่ไทยมีโอกาสเข้าไปแข่งขัน

สำหรับจุดแข็งของโรงพยาบาลของไทยคือ มีความได้เปรียบด้านองค์ความรู้ในการบริการคุณภาพของโรงพยาบาล โดยเฉพาะคุณภาพของแพทย์ที่นับว่าดีมาก และได้เปรียบเรื่องราคา ซึ่งถูกกว่าอเมริกาครึ่งหนึ่ง และเป้าหมายของโรงพยาบาลของไทยคือเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ของภูมิภาคเอเชีย นอกจากนี้ยังมีแหล่งเงินทุนสนับสนุนธุรกิจ กรณีลงทุนในต่างประเทศ เช่น สถาบันการเงิน (ตลาดเงิน และตลาดทุน) และเครือข่ายความช่วยเหลือของธุรกิจ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังมีความเข้มแข็งด้านเงินทุน ในการบริหารจัดการโดยเจ้าของธุรกิจ จะมีที่ปรึกษาบริหารจัดการ การจ้างผู้เชี่ยวชาญ และมีการขอรับคำปรึกษาจากเครือข่ายสมาคมธุรกิจ การร่วมกันจัดประชุมสัมมนา ระดมสมอง เพื่อพัฒนาธุรกิจ ด้านต่างๆ ใช้ทีมงานบริหารอย่างมืออาชีพ มีการจ้างบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ผู้บริหารมืออาชีพบริหาร ไม่ว่าผู้บริหารนั้นเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติ พยายามหลีกเลี่ยงธุรกิจแบบครอบครัว ให้เป็นธุรกิจแบบมีมาตรฐานสากล

การลงทุนในประเทศจีนมีข้อจำกัดด้านกฎ ระเบียบ และต้องใช้เงินทุนสูง ขณะที่โรงพยาบาลของรัฐนั้นมีชื่อเสียงดีกว่าคลินิก ได้รับความนิยมนจากผู้ใช้บริการ การลงทุนสร้างโรงพยาบาลใหม่จึงไม่น่าจะเป็นแนวทางที่เหมาะสม รูปแบบที่ดีควรเข้าร่วมมือกับโรงพยาบาลที่มีอยู่เดิมของรัฐบาลจีน ใช้ทีมแพทย์ พยาบาลของจีนที่ได้รับการยอมรับจากทางจีน ขณะที่ไทยควรใช้ความเป็นเลิศด้านบริการ และความเป็นเลิศทางการแพทย์เฉพาะทางในการเข้าสู่ตลาดโรงพยาบาลจีน

กลยุทธ์หนึ่งที่เหมาะสมกับธุรกิจโรงพยาบาลในตลาดจีน คือ สร้างความแตกต่างในด้านการให้บริการที่ดี มีแพทย์เฉพาะทางที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการแก่ผู้ป่วยอย่างหลากหลาย



LIRT

การตลาดมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามการตลาดที่ประสบความสำเร็จนั้นยังต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพของโรงพยาบาล ซึ่งการบริการนั้นมีคุณภาพ แพทย์ต้องเก่ง ต้องมีความขยันขันแข็ง พยาบาล เจ้าหน้าที่ต้องมีความรู้ มีทักษะที่ดี มีความขยันขันแข็งและมีความเต็มใจให้บริการ และราคาต้องมีความเหมาะสม การเล่าปากต่อปากเป็นการโฆษณาที่ดีที่สุด เป็นการตลาดที่ดีที่สุด

ถ้าธุรกิจโรงพยาบาลมุ่งมั่นที่จะบุกเบิกเมืองจีน ควรหาหุ้นส่วนที่ดี หรือ “กวนลิ” ซึ่งแปลว่าสายสัมพันธ์ส่วนตัวค่อนข้างสูง ร่วมทุนหรือร่วมมือกับหุ้นส่วนฝ่ายจีน และในการจัดการทั่วไปควรมอบหมายให้ฝ่ายจีนรับผิดชอบ ขณะที่ฝ่ายไทยควรเป็นฝ่ายที่วางแผน และดำเนินยุทธศาสตร์

ธุรกิจโรงพยาบาลเข้าสู่ตลาดจีนต้องพัฒนาตัวเองเหนือคู่แข่ง โดยพัฒนาศักยภาพของตัวเองให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ภาครัฐควรมีบทบาทในการศึกษา และเฝ้าติดตามกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เพื่อเผยแพร่และให้คำปรึกษาแก่เอกชนที่สนใจเข้าลงทุนในตลาดโรงพยาบาลของจีน นอกจากนี้ภาครัฐควรส่งเสริมการจัดหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Business Matching) ให้เกิดการร่วมมือ และร่วมทุนทำธุรกิจระหว่างไทย-จีน รวมทั้งมีการตรวจสอบความมีอยู่จริงของหุ้นส่วนนั้นๆ ตลอดจนความน่าเชื่อถือ ทางธุรกิจ เพื่อป้องกันการหลอกลวงแก่นักลงทุนไทย

นอกจากการไปร่วมมือ ร่วมลงทุนกับโรงพยาบาลของจีนแล้ว ประเทศไทยยังสามารถใช้จุดแข็ง ความเป็นเลิศด้านการบริการและความเป็นเลิศทางการแพทย์ รัฐบาลไทยควรประชาสัมพันธ์การบริการด้านรักษาพยาบาลให้คนจีนได้เข้าใจถึงศักยภาพ ความเป็นเลิศด้านบริการ เพื่อให้คนจีนเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการรักษาพยาบาลที่ประเทศไทย เพราะขณะนี้ต้องถือว่ามีโอกาสเป็นไปได้สูงมาก เพราะว่าคนจีนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น การเดินทางมาประเทศไทยสะดวกมาก และประเทศไทยก็มีชื่อเสียงด้านการบริการการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยว ที่มีค่าใช้จ่ายไม่แพง อุตสาหกรรมสนับสนุนก็มีความพร้อมมาก ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม ร้านอาหาร และแหล่งช้อปปิ้ง ดังนั้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ชาวจีนมาใช้บริการในประเทศไทย เช่นเดียวกับชาวยุโรป อเมริกัน ตะวันออกกลาง และญี่ปุ่นให้มาใช้บริการทางการแพทย์ในไทย โดยคาดว่าหากมีการโฆษณาและสร้างความมั่นใจในบริการ



LIART

รักษาพยาบาลของโรงพยาบาลไทย ในอนาคตจะมีคนจีนเดินทางมาประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยว  
เชิงสุขภาพเพิ่มขึ้น

## ธุรกิจค้าปลีก

ธุรกิจค้าปลีกเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีการขยายตัวอย่างมากในตลาดจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง  
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในยุคที่เศรษฐกิจจีนมีการเติบโตในระดับสูง และในช่วงการเปิดเสรีทางการค้า  
ของจีน นับเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของธุรกิจค้าปลีกในตลาดจีน เป็นการเปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติ  
เข้าไปประกอบธุรกิจดังกล่าวในจีนได้ง่ายกว่าที่ผ่านมา เพราะข้อจำกัดทางการค้าต่างๆ ลดลงไป อาทิ  
สัดส่วนการถือครองหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ จากเดิมที่มีการจำกัดสัดส่วน แต่หลังจากที่เปิดเสรีก็เปิด  
โอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกโดยสามารถถือหุ้นได้เองทั้งหมด จากข้อจำกัด  
ด้านเวลา งานวิจัยนี้จึงศึกษาถึงโอกาสในการเข้าไปลงทุนในตลาดจีน ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่  
ประเภทห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์เซ็นเตอร์เท่านั้น เนื่องจากเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern  
Trade) มีศักยภาพในการแข่งขัน และน่าจะมีโอกาสขยายธุรกิจเข้าไปในตลาดจีนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

การพัฒนาทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวจีนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น  
และมีความต้องการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการต่างๆเพิ่มมากขึ้น ตัวเลขรายได้จากธุรกิจค้าปลีกใน  
จีนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาเพียง 20 ปีที่ผ่านมา ยอดค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภครวมใน  
ประเทศ (Total Retail Sales of Consumer Goods) เติบโตอย่างต่อเนื่องจากปี 2521 ที่มีมูลค่าเพียง  
1,558.6 ล้านหยวน เพิ่มเป็น 89,210.0 ล้านหยวน ในปี 2550 ยังมีการประเมินอีกว่า ธุรกิจค้าปลีกในจีน  
ในอีก 5 ปีข้างหน้ายังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้จะต้องเผชิญแรงกดดันระยะสั้นจากเศรษฐกิจขาลงก็  
ตาม ทั้งนี้ นอกจากความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแล้ว ความต้องการบริโภค  
ของลูกค้านี่เป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงาน หรือเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศจีนที่นับวันจะยิ่งเพิ่ม  
มากขึ้น ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ตลาดค้าปลีกจีนขยายตัวและดึงดูดให้นักลงทุนจากทั่วโลกต้องการ  
เข้ามาแสวงหากำไรในธุรกิจดังกล่าว

ชาวจีนให้ความสำคัญกับเรื่องชื่อเสียงและคุณภาพการให้บริการของห้างสรรพสินค้าและ  
ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นอย่างมาก อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ความ  
สะอาดสบาย และความหรูหราภายในห้าง อย่างไรก็ตามไม่ใช่ลูกค้าทุกคนที่ให้ความสำคัญกับเรื่อง



LIART

ดังกล่าว สำหรับลูกค้ากลุ่มที่มีรายได้ปานกลางลงไป จะไม่เน้นเรื่องความสะดวกสบาย ความหรูหรา และบริการเสริมอื่นๆ มากนัก อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความแตกต่างในเรื่องความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ แต่สิ่งที่ผู้บริโภคชาวจีนให้ความสำคัญเหมือนกัน คือ ความหลากหลายของสินค้า ทำเลที่ตั้ง ความรวดเร็วของการบริการ ความประทับใจต่อการให้บริการของพนักงาน และชื่อเสียงของห้าง

จากทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ อาจกล่าวได้ว่าตลาดจีนมีทั้งความนำลงทุนและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ สำหรับความนำลงทุนในตลาดจีนสามารถพิจารณาได้จากประเด็นต่างๆ เริ่มจากอุปสงค์หรือความต้องการบริการด้านห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตในตลาดจีนที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นดังจะเห็นได้จากมูลค่าของธุรกิจค้าปลีกที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับอำนาจต่อรองของผู้บริโภคชาวจีนที่มีค่อนข้างมาก จึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเปิดให้บริการค้าปลีกได้อย่างหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในส่วนของปัจจัยการผลิตก็มีอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะด้านทรัพยากรบุคคล หรือพนักงานที่จะมาให้บริการในห้างร้าน ตลอดจนซัพพลายเออร์สินค้าที่จะวางจำหน่ายในห้างร้าน นับว่ามีอยู่เป็นจำนวนมาก และมีต้นทุนต่ำ ด้วยเหตุนี้ ทำให้ซัพพลายเออร์มีอำนาจต่อรองไม่มากนัก ซึ่งถือว่าเป็นผลดีกับผู้ประกอบการห้างร้านค้าปลีกที่จะมีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้ามาวางจำหน่ายได้ตามความพึงพอใจและต้นทุนที่เหมาะสม นอกจากนี้อุตสาหกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ในตลาดจีน มีอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโฆษณา ธุรกิจการเงินการธนาคาร และธุรกิจนำเที่ยวต่างๆ ที่จะช่วยเป็นช่องทางในการโฆษณาห้างร้านกับกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้โครงสร้างของธุรกิจค้าปลีกในตลาดจีนทำให้ผู้ประกอบการสามารถใช้กลยุทธ์และช่องทางการให้บริการห้างร้านที่หลากหลาย อาทิ กลยุทธ์การลงทุนเอง การรับจ้างบริหาร การขายแฟรนไชส์ และการขายไลเซนส์ เป็นต้น ที่สำคัญไปกว่านั้น นโยบายของรัฐ ที่เปิดเสรีการเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น นับเป็นโอกาสอันดีที่ผู้ประกอบการต่างชาติรวมทั้งผู้ประกอบการไทยจะขยายเข้าไปในตลาดจีน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีช่องทางการเข้าไปลงทุนในตลาดจีนมากขึ้นในปัจจุบัน การแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกในตลาดจีนก็มีความเข้มข้นเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากมีอุปสรรคจากบริการทดแทนอื่นๆ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อ รวมถึงร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ของบริษัทข้ามชาติ เช่น Carrefour Wal-Mart Tesco Lotus Supercenter และ Super Brand Mall

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัจจัยดังกล่าวแล้วข้างต้นจะส่งผลให้ตลาดค้าปลีกจีนมีความนำลงทุน แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการประกอบธุรกิจค้าปลีกในประเทศจีนยังคงมีอุปสรรคเนื่องจากปัจจัยต่างๆ โดย



LIART

ประเด็นสำคัญ คือ อุปสรรคของบริการทดแทน เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อ มีอยู่เป็นจำนวนมากในตลาดจีน ดังนั้นลูกค้าจึงมีตัวเลือกที่ค่อนข้างมาก ความเข้มข้นของการแข่งขันมีมาก อุปสรรคของผู้ผลิตใหม่ในตลาดยังคงมีอยู่ โดยเฉพาะต้นทุนในการบริหารจัดการธุรกิจห้างสรรพสินค้าและ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ในจีน ที่ยังถือว่าสูงอยู่ ตลอดจนความยุ่งยากของขั้นตอนการเข้ามาตั้งธุรกิจในจีนก็ยังคงนับว่าเป็นปัญหา และอีกประเด็นที่จัดว่าเป็นอุปสรรคคือนโยบายภาครัฐ แม้ว่านโยบายของรัฐบาลจีนจะส่งเสริมการเปิดเสรีดังกล่าวแล้ว แต่ยังมีข้อจำกัดในหลายรูปแบบที่อาจเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการเช่นกัน อาทิ กฎระเบียบที่ยังจำกัดรูปแบบการลงทุนสำหรับการค้าปลีกสินค้าบางประเภท หรือการจำกัดพื้นที่ในการตั้งห้างค้าปลีกต่างๆ เป็นต้น

จากปัจจัยที่ส่งผลให้ตลาดจีนมีทั้งความน่าลงทุนและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจค้าปลีกดังกล่าวแล้ว อาจสรุป จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ไทย ตลอดจนโอกาส และอุปสรรคในการเข้าไปลงทุนในตลาดจีน โดยสำหรับจุดแข็ง (Strengths) ของธุรกิจห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ของไทย มีหลายประเด็นด้วยกัน เริ่มจากการผลิตบริการของผู้ประกอบการไทย ที่ถือว่ามีความเชี่ยวชาญในธุรกิจห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ไม่แพ้ชาติอื่น ปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะเรื่องทรัพยากรมนุษย์ทั้งฝ่ายบริหารที่มีประสบการณ์และเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการที่มีความพร้อมในการให้บริการ ตลอดจนซัพพลายเออร์ทั้งสินค้าและบริการที่มีเป็นจำนวนมาก ธุรกิจสนับสนุนมีอยู่หลากหลาย รวมถึงนโยบายภาครัฐของไทยที่มุ่งเน้นส่งเสริมการขยายการลงทุนในต่างประเทศของผู้ประกอบการ

อย่างไรก็ตามธุรกิจห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ของไทยยังมีจุดอ่อน (Weaknesses) ที่อาจส่งผลให้การเข้าสู่ตลาดจีนไม่ง่ายดายนัก โดยประเด็นหลักได้แก่ ชื่อเสียงของห้างสรรพสินค้า /ซูเปอร์เซ็นเตอร์ของไทย อาจยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เนื่องจากมีทั้งผู้ประกอบการของจีนและผู้ประกอบการต่างชาตินานาชาติอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงในระดับโลกเข้าไปลงทุนทำห้างร้านค้าปลีกในตลาดจีนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กมักประสบปัญหาเรื่องแหล่งเงินทุน ดังนั้นการเข้าไปลงทุนในตลาดจีนจึงเป็นเรื่องที่ยากลำบากเช่นกันสำหรับผู้ประกอบการกลุ่มนี้ เพราะเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนสูง อีกทั้งผู้ประกอบการรายเล็กมักจะหาพันธมิตรทางธุรกิจได้ยาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดประสบการณ์ และความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของเมืองต่างๆ ในประเทศจีน และความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนอย่างละเอียด ประกอบกับผู้ประกอบการและพนักงานคนไทยส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาเรื่องภาษาจีน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการเข้าไปประกอบธุรกิจในตลาดจีน



LIART

นอกจากจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ของผู้ประกอบการไทยแล้ว โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ในตลาดจีนที่มีต่อธุรกิจห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีความสำคัญต่อการเข้าไปลงทุนของผู้ประกอบการไทยอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ โอกาสในตลาดจีน ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ อาทิ อุปสงค์หรือความต้องการบริโภคสินค้าและบริการของลูกค้าในตลาดจีน โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีนที่มีเพิ่มมากขึ้น สินค้าและบริการที่เป็นของต่างประเทศมีภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับผู้บริโภคชาวจีน หากห้างร้านของไทยสามารถปรับโมเดลห้างร้านของไทยกับกลุ่มลูกค้าชาวจีนได้ น่าจะเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้อีกประเด็นที่อาจเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย คือ กิจการค้าปลีกของผู้ประกอบการท้องถิ่นที่บริหารได้ไม่มีประสิทธิภาพและไม่ประสบความสำเร็จยังคง น่าจะเป็นอีกช่องทางที่ผู้ประกอบการไทยจะขยายธุรกิจของตนเข้าไปในจีนได้ โดยการรับจ้างบริหาร หรือการซื้อกิจการ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าโอกาสในตลาดจีนจะน่าดึงดูดสำหรับผู้ประกอบการไทย ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการเข้าสู่ตลาดจีนยังมีอุปสรรคในหลายเรื่องด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นความเข้มข้นของการแข่งขัน ความยากลำบากในการหาพันธมิตรทางธุรกิจที่น่าเชื่อถือ ความไม่แน่นอนของกฎระเบียบการเปิดเสรี หรือการกีดกันการเข้ามาลงทุนในรูปแบบอื่น เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ศักยภาพและความน่าลงทุนในตลาดจีนแล้ว อาจแบ่งแนวทางการกำหนดกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจค้าปลีก ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level) สำหรับกลยุทธ์ระดับองค์กรนั้น อาจทำได้โดยการร่วมทุนกับนักธุรกิจท้องถิ่นชาวจีน หรือการหาผู้ร่วมทุนจากประเทศในอาเซียนด้วยกัน หรืออาจเป็นการรับจ้างบริหาร โดยรับค่าจ้าง หรือการตกลงแบ่งผลประโยชน์กับเจ้าของกิจการ รวมทั้ง การขายแฟรนไชส์ และการขายไลเซนส์ เป็นต้น นอกจากนี้ สำหรับบริษัทขนาดกลางหรือขนาดเล็กที่ต้องการทำธุรกิจค้าปลีกอื่นๆ ในตลาดจีน เช่น การขายสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น เสื้อผ้าแบรนด์ไทย อาจใช้วิธีเข้าไปเปิดธุรกิจ โดยการเช่าพื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ของไทยที่เข้าไปลงทุนในประเทศจีนอยู่ก่อนแล้ว หรือรายที่กำลังจะเข้าไปเปิดกิจการ ทั้งนี้ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับธุรกิจสนับสนุนอื่นๆ เช่น บริษัททัวร์ ธนาคารพาณิชย์ และธุรกิจโฆษณา ยังเป็นอีกช่องทางในการส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกของไทยในจีนได้ สำหรับกลยุทธ์ระดับธุรกิจนั้น การควบคุมมาตรฐาน คุณภาพสินค้าที่วางจำหน่าย และการให้บริการอื่นๆ ให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ รวมทั้งการสร้างแตกต่างจากคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน ตลอดจนการวางตำแหน่งทางการตลาด (Position) ให้เหมาะสม โดยสถานที่ตั้ง การตั้งระดับ



ราคาสินค้าและบริการ ให้สอดคล้องกับ Position ของห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์นั้นๆ เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอยู่เสมอและไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ในส่วนของกลยุทธ์ระดับหน้าที่ อาจแบ่งเป็นด้านต่างๆ เช่น ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ โดยด้านการผลิต ควรจัดการสภาพแวดล้อม ตกแต่งสถานที่ให้เหมาะสม เลือกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากร และยกระดับคุณภาพการบริการของพนักงานที่คอยให้บริการประจำห้างและซูเปอร์เซ็นเตอร์ ด้านการเงิน ควรจัดหาแหล่งเงินทุนทั้งในประเทศไทย และในประเทศ หรือร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการไทยรายอื่นๆ หรือประเทศอาเซียน ที่มีความต้องการลงทุนในจีนเหมือนกัน ด้านการตลาด สามารถใช้การประชาสัมพันธ์และเปิดตัวแบบเดียว การใช้สื่อโฆษณาที่หลากหลาย เช่น สร้างเว็บไซต์ ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ เอกสารแจก โทรทัศน์ท้องถิ่น ตลอดจนการสมัครเป็นสมาชิกองค์กรหรือสมาคมที่เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกของจีน เช่น China Chain Store and Franchise Association (CCFA) จะเป็นประโยชน์ต่อการอัพเดทข้อมูลความเคลื่อนไหวของธุรกิจค้าปลีกในตลาดจีน และช่วยสร้างเครือข่ายทางธุรกิจอีกทางหนึ่งได้ และสำหรับด้านการบริหารจัดการ ควรสอดคล้องกับรูปแบบการลงทุนของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนเอง การร่วมทุน การรับจ้างบริหาร การขาย แฟรนไชส์และขายไลเซนส์

จากผลการศึกษาที่ได้ นอกจากการเสนอแนะกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการไทยแล้ว ยังมีการเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ควรให้การสนับสนุนเรื่องการขอใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) ของพนักงานคนไทยที่ทางห้างต้องการพาเข้าไปทำงานที่ประเทศจีน โดยอาจพยายามผลักดันประเด็นดังกล่าวในการเจรจาการเปิดเสรีภาคบริการภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีนให้มากขึ้น โดยมุ่งเน้นการเพิ่มระยะเวลาของใบอนุญาตทำงานให้นานกว่าเดิม
2. ควรส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่อยากเข้าไปลงทุนในจีน แต่ประสบปัญหาด้านสินเชื่อ
3. ควรมีส่วนช่วยประสานงานและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์รายใหญ่ที่เข้าไปแล้ว และที่กำลังจะเข้าไปลงทุนในจีน กับผู้ประกอบการรายย่อยอื่นๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยเหล่านี้ได้มีช่องทางเข้าไปลงทุนในตลาดจีนมากขึ้น
4. ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกในตลาดจีน



LIART

5. ควรผลักดันความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน ทั้งที่เป็นขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม ในอาเซียนด้วยกันเอง รวมไปถึงในกลุ่มอาเซียนบวกสาม เพื่อเปิดช่องทางและหาโอกาสการเข้าไปประกอบธุรกิจค้าปลีกในประเทศจีน

### ธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรม เป็นจักรกลทางเศรษฐกิจที่สำคัญอีกธุรกิจหนึ่ง ที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ทั้งด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในระบบเศรษฐกิจ โดยทำหน้าที่ให้การรับรองผู้มาเยี่ยมเยือนให้สามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้ด้วยความสะดวกสบาย ในประเทศจีนนับตั้งแต่มีการเปิดประเทศ ผู้มาเยี่ยมเยือนจีนได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ในทุกๆ พื้นที่ ของประเทศ โดยเฉพาะในเมืองเศรษฐกิจ และเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ ทั้งจากชาวต่างประเทศ และชาวจีนในประเทศเอง

ข้อมูลทฤษฎี และปฐมภูมิ และการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ จากการศึกษา นี้ ได้ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพที่มุ่งใจให้ลงทุนในประเทศจีน สำหรับธุรกิจโรงแรม ดังต่อไปนี้ อุปสงค์ห้องพักโรงแรม หรือตลาดของโรงแรมในจีน มีขนาดใหญ่กว่าไทยมาก มีจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 1,600 ล้านคน-เที่ยว/ปี และจากต่างประเทศ 26 ล้าน คน-เที่ยว/ปี อันสะท้อนถึงอุปสงค์ห้องพักโรงแรมที่สูงมาก ขณะที่ชาวจีนปัจจุบันให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้อัตราการเข้าพักในโรงแรมระดับดาวสูงๆ มีอัตราการเข้าพักสูงกว่า ยืนยันถึงทิศทางการเติบโตโรงแรมหรูในจีน แม้จะมีความกังวลเกี่ยวกับแรงงาน เกี่ยวกับทักษะในการให้บริการของพนักงาน อยู่บ้าง เพราะแม้จีนจะมีปริมาณแรงงาน และผู้เชี่ยวชาญอยู่มากแต่ยังไม่มีทักษะมากพอ จึงต้องมีการเร่งพัฒนาฝีมือ และฝึกอบรมแรงงานเพิ่มขึ้น ในด้านของอุตสาหกรรมสนับสนุน พบว่ามีห่วงโซ่อุปทานที่ครบวงจรในจีน ตั้งแต่ บริษัทก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ บริษัททัวร์ ภัตตาคาร ฯลฯ อยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้มีต้นทุนต่ำกว่า สำหรับสถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจ ในประเทศจีนมีโรงแรมอยู่เป็นจำนวนมาก และหลากหลายระดับให้ลูกค้าได้เลือก ทั้งโรงแรมของผู้ประกอบการจีน และ โรงแรมที่บริหารแบบสากล หรือ Chain hotel ที่มี Brand ซึ่งเป็นที่รู้จักทั่วโลกแทบทุก Brand อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบการแข่งขันทางด้านราคา ขณะที่ส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันด้านมาตรฐานบริการ และมาตรฐานห้องพัก และบริการเสริมต่างๆ โครงสร้างของธุรกิจโรงแรมในจีน ส่วนใหญ่รัฐบาลจีนเป็นเจ้าของ และคาดว่าการบริหารกิจการอาจมีความคล่องตัวน้อยกว่าภาคเอกชน ไม่มีประสิทธิภาพมากพอเมื่อเทียบกับเอกชน จึงน่าจะมีความต้องการปรับกลยุทธ์ขององค์กรให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้น ในส่วนของภาคเอกชน มีการร่วมทุน



และการร่วมประกอบการกับต่างชาติ มีการบริหารงานที่เป็นสากลมากขึ้น อันจะพัฒนาไปสู่ระดับมาตรฐานที่สูงขึ้นในอนาคตได้ไม่ยากนัก ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดจีน ก่อนข้างจะมีอุปสรรคอยู่มากพอควร จากต้นทุนในการบริหารจัดการที่สูง และจำเป็นต้องมีแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ด้านกฎระเบียบ และนโยบายการส่งเสริมนักลงทุนจากต่างประเทศของรัฐ ปัจจุบันรัฐบาลจีนอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติสามารถลงทุนได้เองถึง ร้อยละ 100

ส่วนการส่งเสริมให้มีการร่วมทุนกับต่างชาตินั้น เน้นที่ผู้ลงทุนรายใหญ่เป็นหลัก ขณะที่ยังมีการปกป้องธุรกิจขนาดเล็กของเงินเองด้วย อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบถึงขนาดกิจการ โรงแรมโดยรวมของจีนกับไทยแล้ว จำนวนกิจการขนาดใหญ่ของจีนมีจำนวนมากกว่ามาก การส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายของ SME ในภูมิภาคอาเซียน รวมถึง จีน เกาหลีใต้ และ ญี่ปุ่น น่าจะเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญของนักลงทุนไทย นอกจากนี้การเข้ามาศึกษาในประเทศไทยของนักศึกษาจีน ที่สนใจทำงาน และลงทุนค้าขายกับประเทศไทยหลังจากจบการศึกษา และมีความพร้อมในการประกอบธุรกิจ ด้านการค้า และการอุตสาหกรรม ก็เป็นอีกโอกาสในการพัฒนาเครือข่ายการลงทุนระหว่างกัน สำหรับช่องทางในการเข้าไปลงทุนนั้น การจดทะเบียนธุรกิจทั้งสองฝั่ง และให้กิจการเข้าไปลงทุนในจีน จะได้รับความสะดวกมากกว่า อีกทั้งนักธุรกิจฮ่องกงมีความรู้สึกที่ดีต่อประเทศไทย อย่างไรก็ตามการเข้าไปลงทุนสร้างโรงแรมในประเทศจีนต้องใช้เงินลงทุนสูง เพราะที่ดินในย่านธุรกิจ และแหล่งท่องเที่ยวมีราคาแพง อย่างไรก็ตามปัจจุบันสถาบันการเงินไทยที่ให้การสนับสนุนด้านการเงิน สำหรับการลงทุนในต่างประเทศของไทย มีมากขึ้น เช่น EXIM bank ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจโรงแรมไทย ในระดับต่างๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เป็นอยู่ ประกอบด้วยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate level) ได้แก่ การเข้าซื้อกิจการ โรงแรมของจีน หรือเข้าร่วมบริหารกิจการกับโรงแรมของจีน โดยมีข้อตกลงแบ่งปันผลประโยชน์ หรือเจรจาเพื่อเข้าบริหารโรงแรมของรัฐ โดยมีข้อตกลงแบ่งปันผลประโยชน์ และหาผู้ร่วมทุนจากเครือข่าย SME ของประเทศในอาเซียน จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น เพื่อลงทุนเปิดกิจการโรงแรมในประเทศจีน ส่วนกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business level) ได้แก่การสร้าง ความแตกต่างจากการจัดสภาพแวดล้อม โรงแรมให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และมีร้านอาหาร และสปาไทย การควบคุม และรักษามาตรฐานห้องพัก อาหาร บริการเสริมอื่นๆ ให้มีความคงเส้นคงวา ไม่แบ่งแยกฐานะลูกค้า การเน้นตลาดเฉพาะที่เป็นองค์กร เช่น หน่วยงานภาครัฐ บริษัทเอกชน โดยเฉพาะบริษัทต่างประเทศ กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional) ด้านการผลิต สำรวจหาโรงแรมที่รัฐบาลจีนเป็นเจ้าของ กรณีต้องการเข้า



พัฒนาโรงแรมของรัฐ การปรับบริการ โรงแรมให้มีเอกลักษณ์ไทย มีผลิตภัณฑ์ที่เทียบพร้อม ทั้งห้องพัก การจัดเลี้ยง จัดประชุมสัมมนา ร้านอาหารไทย สปาไทย ด้านการเงิน หาผู้ร่วมทุน โดยเฉพาะผ่านช่องทาง การจดทะเบียนธุรกิจ และการหาผู้ร่วมทุนในฮ่องกง โดยหาข้อมูลจากกงสุลไทย และสมาคมนักธุรกิจไทยในฮ่องกง หาผู้ร่วมทุนจากเครือข่าย SMEs ของประเทศสมาชิกอาเซียน จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ใช้แหล่งสินเชื่อสถาบันการเงินไทยที่มีสาขาในประเทศจีน เช่น ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น ด้านการตลาดต้องสร้างเครือข่ายพันธมิตร เช่นบริษัทท่องเที่ยว นักธุรกิจ ร้านอาหาร สปา หน่วยงานราชการจีน และสถาบันการศึกษาต่างๆ เข้าร่วมกับหน่วยงาน และสถาบันการศึกษาท้องถิ่น จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีการฝึกอบรมพนักงานโดย ชูภาพลักษณ์ การให้บริการมาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาวของไทย โดยการส่งเข้าฝึกอบรมในโรงแรมที่มีชื่อเสียงของไทย เช่น คิวสิธานี ทุกปี การให้รางวัลแก่พนักงานเพื่อพักผ่อน หรือดูงานในต่างประเทศ ควรเน้นที่โรงแรมระดับ 5 ดาวขึ้นไปของไทย ในประเทศไทย หรือต่างประเทศ หรือในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของไทย เช่น ภูเก็ต สมุย พัทยา ฯลฯ

สำหรับการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐของไทย ควรดำเนินการเจรจากับหน่วยงานภาครัฐของจีนที่ทำหน้าที่กำกับดูแลโรงแรมของรัฐ เพื่อเปิดโอกาสให้เอกชนไทยที่มีศักยภาพเข้ายื่นข้อเสนอ บริหารกิจการ โรงแรมเหล่านั้น โดยแบ่งปันผลประโยชน์กับรัฐบาลจีน ขณะเดียวกันควรเร่งพัฒนา และส่งเสริมให้เกิดเครือข่าย SMEs ระหว่างประเทศ ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเครือข่ายนักลงทุนรุ่นเยาว์ ระหว่างประเทศ จากนักศึกษานานาชาติ ที่เข้ามาเรียนในประเทศไทย กับนักศึกษาไทย ควบคู่กับการให้ การศึกษา โดยหน่วยงานภาครัฐ ที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาธุรกิจ และส่งเสริม SMEs ร่วมมือกับ สถาบันการศึกษา

## ธุรกิจนำเที่ยว

ตั้งแต่ประเทศจีนดำเนินนโยบายเปิดประเทศและปฏิรูปเศรษฐกิจ สังคมจีนได้รับการพัฒนา อย่างรวดเร็ว ทำให้กลายเป็นประเทศที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดประเทศหนึ่ง และใน ขณะเดียวกันก็เป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากประเทศหนึ่ง จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในปี 2551 มีจำนวนรวม 130,030,000 คน ซึ่งเป็นชาวต่างชาติ 24,330,000 คน ชาวฮ่องกง มาเก๊าและไต้หวันรวม 105,700,000 คน ชาวจีนที่เดินทางออกต่างประเทศมีจำนวนถึง 45,840,000 คน



LIART

ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ชาวจีนตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ 1) รายได้ของประชาชนเพิ่มมากขึ้น 2) การเปลี่ยนแปลงของค่านิยม 3) สวัสดิการ พนักงานมีสวัสดิการที่ดี 4) ความสะดวกสบายในการดำเนินการทำหนังสือเดินทาง และขอวีซ่า 5) การมีวันหยุดยาว รัฐบาลจีนส่งเสริมให้คนจีนไปท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศเพื่อเกิดเงินหมุนเวียน 6) ความคุ้มค่า คนจีนไปท่องเที่ยวต่างประเทศราคาถูกลง 7) รูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น ประเทศหรือเขตปกครองที่คนจีนนิยมไปท่องเที่ยวมากที่สุดได้แก่ฮ่องกง มาเก๊า ไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย

ประเทศจีนก็มีบริษัทนำเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในปี 2550 ทั่วประเทศจีนมีบริษัทนำเที่ยว จำนวน 22,387 บริษัท เป็นบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้นำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวต่างประเทศแบบหมู่คณะได้จำนวน 797 บริษัท มณฑลที่บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนและร่วมทุนมากที่สุด คือ กวางตุ้งจำนวน 121 บริษัท จีนเปิดโอกาสให้ต่างชาติเข้าไปก่อตั้งบริษัทนำเที่ยวในจีนได้ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของการเปิดประเทศ ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวของจีน กรมการท่องเที่ยวและกระทรวงพาณิชย์ได้แก้ไขเพิ่มเติมกฎระเบียบเกี่ยวกับการจัดตั้งบริษัททัวร์ที่ต่างชาติถือหุ้นหรือทุนต่างชาติว่าการจัดตั้งบริษัททัวร์ที่มีต่างชาติเป็นหุ้นส่วนหรือต่างชาติเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียวนั้นจะต้องมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

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)

นักลงทุนต่างชาติที่จะเป็นหุ้นส่วนในจัดตั้งบริษัททัวร์ ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เป็นบริษัททัวร์หรือวิสาหกิจที่ปฏิบัติงานด้านธุรกิจการท่องเที่ยว
2. มีมูลค่ามวบรวมของการบริหารจัดการท่องเที่ยว ปีละ 40 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป
3. เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆ
4. มีความน่าเชื่อถือและประสบการณ์ในการจัดการบริษัทท่องเที่ยว
5. เคารพและปฏิบัติตามกฎหมายแห่งประเทศจีนและกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ



LIART

แต่เนื่องจากในปัจจุบันมีบริษัทนำเข้าเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง ฉะนั้นบริษัทรายใหม่ก่อนข้างจะกลุ่มลูกค้าได้ยาก ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคที่ใหญ่ที่สุดสำหรับบริษัทรายใหม่

ผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่าการตั้งบริษัททัวร์ในจีนแผ่นดิน โยบายและกฎระเบียบของจีนอนุญาตให้ทำได้ แต่ในทางปฏิบัติเป็นไปได้ยากมาก เนื่องจากประเทศจีนมีบริษัททัวร์เป็นจำนวนมากและมีการแข่งขันสูงอยู่แล้ว และบริษัททัวร์ของจีนมีขนาดใหญ่ ทำให้มีการผูกขาดได้ และมีเงื่อนไขที่ค่อนข้างเข้มงวด ดังนั้นการตั้งบริษัททัวร์ในจีน เพื่อแข่งขันกับบริษัททัวร์ของจีน จึงเป็นไปได้ยากมาก อย่างไรก็ตาม หากต้องการเข้าสู่ตลาดจีน บริษัททัวร์ไทยควรใช้จุดแข็งของตน ในการสร้างความสามารถในการแข่งขันกับบริษัทท้องถิ่นได้ ซึ่งจุดแข็งของบริษัททัวร์ไทย มีหลายประการ เช่น การบริการการท่องเที่ยวและทรัพยากรมนุษย์ที่เชี่ยวชาญภาษาและวัฒนธรรมจีน การบริหารจัดการที่ดี บริการที่ประทับใจ ตลอดจนธุรกิจสนับสนุนธุรกิจนำเที่ยวของไทย เช่น ร้านอาหาร สายการบิน แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

การดึงดูดนักท่องเที่ยวจากจีนมาท่องเที่ยวประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น อาจทำได้โดย

1. ต้องมีความเชี่ยวชาญในการรับรองนักท่องเที่ยวชาวจีน
2. บริษัททัวร์ไทยควรส่งเจ้าหน้าที่ไปร่วมมือกับบริษัททัวร์ของจีน ร่วมกันทำโปรแกรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย
3. สร้างความร่วมมือกับบริษัททัวร์จีน และสายการบินที่บินไปจีน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและติดตามการเคลื่อนไหวของตลาด พยายามสร้างความเชี่ยวชาญในตลาดจีน

นอกจากนี้ ภาครัฐควรมีบทบาทในการส่งเสริมธุรกิจนำเที่ยวของไทย โดยประเด็นที่ควรให้ความสำคัญคือ

1. เสถียรภาพทางการเมือง ถ้ามีปัญหาการเมืองจะทำให้รัฐบาลจีนประกาศเตือนนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาแก้ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญหรือทัวร์ที่แข่งขันตัดราคา ที่มาเมืองไทย เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวจะไม่ได้รับการท่องเที่ยวและบริการ อย่างมีคุณภาพ
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรใช้นโยบายเชิงรุกในการประชาสัมพันธ์ที่จีน ควรตั้งสำนักตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ เมืองใหญ่ๆ ของจีน เพื่อให้ประชาชนชาวจีนสนใจมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากยิ่งขึ้น



LIART

4. ควรเพิ่มสื่อต่างๆที่เป็นภาษาจีน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนส่วนมากไม่รู้ภาษาต่างประเทศ
5. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรศึกษาพฤติกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของจีนให้ลึกซึ้งและถ่องแท้ เพื่อจัดโปรแกรมพิเศษที่สอดคล้องกับความนิยมของคนจีน จะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนได้
6. ควรจะสร้างเครือข่ายทั้งภายในประเทศไทยและสร้างเครือข่ายในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกัน รวมทั้งอาเซียนบวกสาม ควรขยายบริการนำเที่ยว ลาว พม่า กัมพูชา มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยใช้ Cluster Model คือเมื่อขอวีซ่าหนึ่งประเทศในอาเซียน แล้ว น่าจะสามารถเดินทางเข้าไปยังอีก 9 ประเทศในอาเซียนที่เหลือได้โดยไม่ต้องขอวีซ่าอีก

### ธุรกิจร้านอาหารไทย

ตลาดจีนเป็นหนึ่งในตลาดใหม่ที่อยู่ในเป้าหมายปี 2551 ที่กรมส่งเสริมการค้าส่งออกต้องการเพิ่มจำนวนร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ปัจจุบันประชากรจีนใช้จ่ายเพื่อการบริโภคอาหารในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะคนในเมืองมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายอาหารถึงร้อยละ 30 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 11.7 ต่อปี สำหรับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนในเมืองเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี สภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศจีน ทำให้ธุรกิจร้านอาหารในประเทศจีนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2549 รายได้จากร้านอาหารของจีนสูงถึง 1,034,550 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น จากปี 2548 ร้อยละ 16.4 ในปี 2550 มีรายได้จากร้านอาหารเท่ากับ 1,235,220 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 เมื่อเทียบกับปี 2549 ในช่วงเดือนมกราคมถึงพฤศจิกายน 2551 รายได้ของธุรกิจร้านอาหารในประเทศจีนเท่ากับ 1,390,510 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.9 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2550 และจากการที่ในครึ่งปีหลังของปี 2551 ทั่วโลกเริ่มประสบภาวะเศรษฐกิจถดถอย กระทรวงพาณิชย์จีนได้เสนอมาตรการต่างๆ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศ และหนึ่งในมาตรการนั้นได้แก่ การส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจร้านอาหาร

สำหรับร้านอาหารไทยในประเทศจีนยังมีไม่มากนัก แม้ว่าอาหารไทยเป็นที่นิยมมากขึ้นต่างจากเมื่อ 10 กว่าปีก่อน (ปี 2541-2542) ก็ตาม นักธุรกิจในพื้นที่เป้าหมายส่วนใหญ่มีความเห็นว่าชาวจีนบริโภคอาหารไทยอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ นักธุรกิจร้อยละ 75 เชื่อมั่นและยอมรับคุณภาพอาหารไทยในระดับมาก นอกจากนี้ส่วนใหญ่ยังเห็นว่าชาวจีนให้ความสำคัญเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพในระดับมาก



LIART

ซึ่งอาหารไทยมีชื่อเสียงในคุณลักษณะดังกล่าว สำหรับผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมายส่วนใหญ่ชอบรสชาติอาหารแบบดั้งเดิมของไทย การบริการที่อ่อนโยน รวมทั้งการตกแต่งร้าน

อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ตลาดจีนของร้านอาหารไทยมีอุปสรรค ได้แก่ การต้องแข่งกับร้านอาหารจีนและต่างชาติที่สามารถทดแทนอาหารไทยได้ การที่ต้นทุนวัตถุดิบและเครื่องปรุงอาหารไทยสูง ทำให้อาหารไทยมีราคาสูงกว่าอาหารต่างชาติ แต่ถือว่าไม่สูงมากนัก การที่อุตสาหกรรมสนับสนุนและเชื่อมโยงธุรกิจร้านอาหาร เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว สถาบันการทำอาหารไทย ยังมีไม่มากนัก การมีเงินทุนน้อยของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยที่เป็นคนไทยเมื่อเทียบกับเจ้าของที่เป็นชาวฮ่องกง และสิงคโปร์ ทำให้มีข้อจำกัดที่ไม่สามารถตกแต่งที่เน้นความหรูหรา ปัญหาต้นทุนในการบริหารจัดการร้านอาหารและขั้นตอนการเข้าเปิดดำเนินการร้านอาหารในจีนมีความยุ่งยากมาก อีกทั้งการขอใบอนุญาตในการทำงานของพ่อครัว/แม่ครัวได้คราวละ 1 ปี จึงต้องต่ออายุทุกปี ปัญหาการสร้าง Brand ของผู้ประกอบการรายใหม่มีความยาก การที่รัฐบาลจีนส่งเสริมการเปิดร้านอาหารในจีนในระดับปานกลาง ในเวลาเดียวกันรัฐบาลมีการควบคุมด้านสุขอนามัยร้านอาหารเข้มงวดมาก

การเปิดตลาดภายใต้พันธกรณีระหว่างประเทศ ต่างชาติสามารถเข้าไปประกอบธุรกิจเอง โดยเป็นเจ้าของ 100% หรือร่วมทุนกับคนจีน ซึ่งจะต้องมีส่วนในการลงทุนมากกว่า 25% ยอมให้บุคคลต่างชาติ ได้แก่ ผู้จัดการ หรือพ่อครัว ที่มีสัญญาจ้างกับร้านอาหารต่างชาติ หรือ ร้านอาหารที่ต่างชาติร่วมทุนกับคนจีนเข้ามาทำงานในร้านอาหารได้

จากการพิจารณาสถานการณ์ร้านอาหารในตลาดจีน ศักยภาพ โอกาสและอุปสรรค สามารถกำหนดกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจร้านอาหารไทย แบ่งได้ 3 ระดับ กล่าวคือ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate level) ได้แก่ การร่วมทุนกับนักธุรกิจท้องถิ่นชาวจีน เพื่อช่วยในการดำเนินการหรือติดต่อกับหน่วยงานต่างๆ และจัดทำเอกสารที่สำคัญ การร่วมทุน สร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือกับนักธุรกิจ SMEs ในอาเซียน โดยเฉพาะกับนักธุรกิจไทยที่สนใจประกอบธุรกิจในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัททัวร์ และโรงแรม เพื่อได้ลูกค้าที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใช้บริการร้านอาหาร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business level) ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง โดยการสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่างของอาหารไทย ที่แตกต่างจากคู่แข่ง โดยใช้ชื่อเสียงของอาหารไทยในด้านรสชาติ และเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ (Tasty Spicy Healthy) ในบรรยากาศและวัฒนธรรมแบบไทย ในรูปแบบภัตตาคารอาหารไทยระดับปานกลางถึงระดับดี การควบคุมรสชาติอาหารไทย



LIRT

สุขอนามัยอาหาร และการบริการที่ดีแบบไทยของพนักงาน ตลอดจนสภาพแวดล้อมภายในร้านให้ได้มาตรฐาน และประการสุดท้าย กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional level) ประกอบด้วย ด้านการผลิต ได้แก่ การจัดการสภาพแวดล้อม ตกแต่งสถานที่และบรรยากาศให้มีเอกลักษณ์และกลิ่นอายความเป็นไทย รสชาติต้องเป็นไทย ต้องอร่อย รักษาคุณภาพ การพัฒนาบุคลากร และยกระดับคุณภาพ การบริการรวมทั้งอบรมด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีนในระดับที่สื่อสารกับลูกค้าได้ การจัดให้มีธุรกิจเสริม ด้านการเงิน ได้แก่ หาแหล่งเงินกู้เพื่อสนับสนุนการขยายการลงทุนจาก SME bank หรือ EXIM bank หาผู้ร่วมทุนในประเทศ และระหว่างประเทศ จากเครือข่าย SME ในกลุ่มอาเซียน จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ด้านการตลาด ได้แก่ การวางตำแหน่งการตลาด สำหรับโอกาสพิเศษ ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ วัตถุดิบ ของสด ในท้องถิ่น ส่วนเครื่องปรุง เครื่องแกง เครื่องเทศที่เป็นของไทยต้องซื้อจากพ่อค้าคนกลางชาวจีน การบริการและการตกแต่งร้าน ให้ดูดี มีรสนิยม และวัฒนธรรมไทย สถานที่ตั้งให้อยู่ในห้างสรรพสินค้า ย่านธุรกิจ โรงแรม 4 ดาวหรือ 5 ดาว ระดับราคา โดยตั้งราคาอาหารแต่ละชนิดให้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้งของร้าน ตลอดจนราคาและคุณภาพวัตถุดิบ ลักษณะลูกค้าเป็นกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ ทั้งระดับกลางที่มีรายได้ค่อนข้างสูง และระดับผู้บริหาร ที่มีรายได้สูง การส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์และเปิดตัวโดยเข้าร่วมงานนิทรรศการท่องเที่ยว เป็นสมาชิกสมาคมร้านอาหาร สร้างเว็บไซต์ สืบรวจและติดตามความพึงพอใจของผู้บริโภคในเรื่องรสชาติอาหาร ตลอดจนสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ เจ้าของคนเดียว แบบร่วมทุน ผู้ร่วมทุนต้องพิจารณาอย่างรอบครอบที่สุด ซึ่งจะทำให้การดำเนินเรื่องขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจสะดวกขึ้น และการขายแฟรนไชส์ โดยต้องมีพ่อครัว/แม่ครัวเป็นคนไทย

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐของไทยควรเจรจากับหน่วยงานภาครัฐของจีนเพื่อเปิดตลาดให้คนสามารถเข้าไปจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารและทำงานเป็นผู้ประกอบอาหาร (พ่อครัว/แม่ครัว) ได้สะดวกขึ้น เพื่อแก้ปัญหา visa ให้การขอ work permit ของพ่อครัว/แม่ครัว และพนักงานคนไทย โดยขยายเป็นคราวละ 2 ปี และ 4 ปีต่อไป ตลอดจนพยายามผลักดันประเด็นดังกล่าวในการเจรจากรเปิดเสรีภาคบริการภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ในครั้งต่อไป ส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลเพื่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการที่ต้องการสินเชื่อเพื่อเข้าไปลงทุนในจีน ปรับปรุงและพัฒนาการให้ข้อมูล องค์ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในต่างประเทศ และการทำ Business Matching ให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กรายการและให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ควรเร่งผลักดันให้เกิดความร่วมมือ



LIART

ระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทย กับ SMEs อาเซียน รวมทั้ง จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เพื่อการร่วมทุนสร้างและขยายเครือข่ายธุรกิจให้กว้างขวางขึ้น

## ธุรกิจสปา

ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจค่อนข้างใหม่ในประเทศจีน แต่มีการขยายตัวเติบโตอย่างรวดเร็วควบคู่กับธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท โดยชาวจีนให้ความสำคัญมากในเรื่องของการดูแลสุขภาพ ชื่อเสียงของสถานที่บริการสปา และเน้นเรื่องของคุณภาพการบริการ โดยในปัจจุบันมีธุรกิจสปาในประเทศจีนจำนวนประมาณ 1,000 แห่ง ซึ่งนักลงทุนส่วนใหญ่มาจากประเทศฝรั่งเศส ไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไทย และสวิตเซอร์แลนด์ โดยส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่เป็นของนักลงทุนจากฝรั่งเศส

สำหรับธุรกิจสปาของไทยในประเทศจีนนั้น นักธุรกิจส่วนใหญ่มีความเห็นว่าแนวโน้มความต้องการใช้บริการสปาและนวดแผนไทย ตลอดจนการยอมรับในผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ของชาวจีนนั้นจัดอยู่ในระดับปานกลาง โดยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความเห็นถึงความสะอาด/ความเป็นระเบียบของสถานที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ความเหมาะสมของราคากับระยะเวลาการให้บริการ อธิยาศัย การดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน ความพร้อมและทันสมัยของอุปกรณ์ และความโดดเด่นมีเอกลักษณ์ของสปา ก็เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการเลือกใช้บริการ ดังนั้นสปาไทยที่ดีได้มาตรฐานจึงมีผู้ต้องการใช้บริการและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในตลาดจีน

ทั้งนี้การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจสปาไทยมีอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ กฎระเบียบของภาครัฐ เช่น กฎระเบียบที่ค่อนข้างเข้มงวด ในการนำเข้าผลิตภัณฑ์สปาจากต่างประเทศ ข้อจำกัดการอนุญาตให้วีซ่าทำงาน แก่พนักงานนวดจากต่างประเทศ เป็นต้น อุปสรรคจาก ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสปา และขั้นตอนการเข้าเปิดดำเนินการกิจการสปาที่สูงและยุ่งยาก

อย่างไรก็ตามธุรกิจสปาสำหรับนักลงทุนไทยนับว่าเป็นธุรกิจที่ยังมีโอกาสมาก เพราะเป็นธุรกิจที่รัฐบาลกลางของจีนอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนได้ทั้งในรูปแบบของการร่วมทุน และร่วมมือ และสามารถจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทโดยต่างชาติถือหุ้นทั้งหมดได้ นอกจากนี้รัฐบาลท้องถิ่นบางแห่งยังให้การส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจสปา ซึ่งจากการศึกษาพื้นที่เป้าหมายพบว่ามีศักยภาพใน



LIART

การรองรับธุรกิจสปา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกว้างใจ สปาไทยกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นและมีแนวโน้มยังสามารถขยายตัวได้อีกมาก แต่ผู้ประกอบการไทยควรมีรูปแบบที่ชัดเจนว่าจะเน้นด้านรูปลักษณ์ พร้อมผลิตภัณฑ์ หรือจะร่วมลงทุนในลักษณะใด ทั้งนี้ชาวจีนและชาวต่างชาติมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการสปาและนวดแผนไทยมากขึ้น ยอมรับในผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และมีทัศนคติที่ดีต่อสปาไทยอีกด้วย

การเปิดตลาดภายใต้พันธกรณีระหว่างประเทศในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ธุรกิจสปาและนวดแผนไทย รวมทั้งบริการเสริมความงาม เสริมสวยต่างๆ อยู่ในหมวดธุรกิจบริการอื่นๆ โดยที่จีนยังไม่ได้มีข้อผูกพันในการเปิดตลาดธุรกิจนี้ทั้งภายใต้ WTO และ ACFTA

กฎระเบียบและขั้นตอนทางกฎหมายภายในประเทศ ธุรกิจสปา นวดแผนไทย และเสริมสวย จัดอยู่ในหมวดบริการที่อนุญาตให้คนต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจได้ ทั้งในลักษณะทุนต่างชาติทั้งหมด และการร่วมทุนกับคนจีน ในการจัดตั้งธุรกิจสปา ผู้ประกอบการต้องมีใบอนุญาตสาธารณสุขจากหน่วยงานสาธารณสุข และใบอนุญาตประกอบกิจการ ผู้ให้บริการยังต้องมีคุณสมบัติตามที่ทางการกำหนด

จากการพิจารณาสถานการณ์ธุรกิจสปาในตลาดจีน ศักยภาพการเข้าสู่ตลาดจีน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค สามารถกำหนดกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจสปา แบ่งได้ 3 ระดับ กล่าวคือ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate level) ได้แก่ การร่วมทุนกับนักธุรกิจท้องถิ่นชาวจีน โดยการแบ่งกำไรกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะได้จากการออกงาน Trade Fair การขายแฟรนไชส์ และเป็นที่ปรึกษา การร่วมทุนกับเครือข่ายนักธุรกิจ SMEs ในอาเซียน ตลอดจนการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัททัวร์ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business level) ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง โดยเน้นเอกลักษณ์ของสปาไทย ที่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาดระดับกลางบน และระดับบน ตลอดจนการควบคุม และปรับมาตรฐานการให้บริการให้อยู่ในระดับมาตรฐานโลก และมุ่งเน้นลูกค้าตลาดเฉพาะระดับกลางบน และบน ซึ่งมีรายได้สูง และประการสุดท้าย กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional level) ประกอบด้วย ด้านการผลิต ได้แก่ การจัดการสภาพแวดล้อม ตกแต่งสถานที่และบรรยากาศให้มีเอกลักษณ์และกลิ่นอายความเป็นไทย การให้บริการ โดยเน้นที่จุดแข็งของสปาไทย ที่มีเทคนิคการนวดแผนไทย และการให้บริการตามเอกลักษณ์ของไทย การพัฒนาบุคลากร และยกระดับคุณภาพการบริการ อบรมด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีนในระดับที่สื่อสารกับลูกค้าได้ รวมทั้งการสร้างตราสินค้า



LIART

(Brand) ด้านการเงิน ได้แก่ หาแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนการขยายการลงทุน โดยการู้ร่วมกับนักธุรกิจท้องถิ่น และการสร้างความร่วมมือเพื่อการใช้ทรัพยากรร่วมกัน โดยการสร้างเครือข่ายกับโรงแรมเพื่อให้ธุรกิจสปาเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม ด้านการตลาด ได้แก่ การวางตำแหน่งทางการตลาด ในตลาดระดับกลาง-บน และระดับบน เนื่องจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับว่าเป็น Capital Spa of Asia กลุ่มเป้าหมาย Day Spa และ Club Spa สำหรับพนักงานชั้นสูงของภาครัฐและเอกชน นักธุรกิจท้องถิ่น Hotel Spa และ Resort Spa สำหรับนักธุรกิจต่างชาติ นักท่องเที่ยวท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ระดับราคา การคิดค่าบริการขึ้นกับประเภทของการใช้บริการ โดยตั้งราคาค่าบริการแต่ละประเภทให้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้งของร้าน ตลอดจนราคาและคุณภาพวัตถุดิบ การส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์และเปิดตัวโดยเข้าร่วมงานนิทรรศการด้านสุขภาพและความงามที่สำคัญ เป็นสมาชิกสมาคมสปาในจีน ประชาสัมพันธ์ในนิตยสารสปา วารสารด้านสุขภาพและการท่องเที่ยว สร้างเว็บไซต์ ตลอดจนรับสมัครสมาชิกโดยให้สิทธิพิเศษ ด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ แบบร่วมทุน แบ่งความรับผิดชอบให้ชัดเจน ซึ่งนักธุรกิจไทยจะดูแลในส่วนพนักงานบริการตลอดจนผลิตภัณฑ์สปาที่ใช้ในการให้บริการ และผู้ร่วมทุนชาวจีนดูแลตั้งแต่ด้านสถานที่ การตลาด การขอ work permit ขยายตลาดโดยขายแฟรนไชส์ต่างๆ รวมทั้งการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัททัวร์ เพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการสปา โดยการจัดเป็นโปร โมชั่น หรือเป็นแพ็คเกจ

เพื่อให้ธุรกิจสปาเข้าสู่ตลาดจีนได้มากขึ้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐของไทยควรเจรจากับหน่วยงานภาครัฐของจีน เพื่อแก้ปัญหา visa ให้การขอ work permit ของพนักงาน Therapist คนไทย โดยขยายเป็นคราวละ 2 ปี ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการดำเนินการ
2. หน่วยงานภาครัฐของไทยควรเจรจากับหน่วยงานภาครัฐของจีน เสร็จเพื่อลดข้อจำกัดการนำเข้าผลิตภัณฑ์สปา
3. ส่งเสริมและพัฒนาพนักงานนวดโดยเพิ่มภาคทฤษฎีกายภาพบำบัดให้มีความเป็นวิชาชีพ เพื่อยกระดับอาชีพนี้ให้เป็นอาชีพที่มีเกียรติ
4. หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ควรเร่งผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทย กับ SMEs อาเซียน รวมทั้ง จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้จัดอันดับศักยภาพการเข้าสู่ตลาดจีนของภาคบริการไทยที่ศึกษา โดยพิจารณาจากปัจจัย ความต้องการของตลาด ชื่อเสียงที่ยอมรับในระดับสากล ความเข้มข้นของภาวะการแข่งขัน



LIART

ต้นทุนในการจัดตั้งกิจการ อุตสาหกรรมที่สนับสนุนธุรกิจ และนโยบายภาครัฐที่มีต่อธุรกิจ ใช้เกณฑ์ให้คะแนนเต็ม 10 ในแต่ละปัจจัยและนำมาหาค่าคะแนนเฉลี่ย แล้วจึงนำผลของคะแนนเฉลี่ยดังกล่าวมาจัดอันดับของศักยภาพการเข้าสู่ตลาดจีนของแต่ละธุรกิจเรียงอันดับตามคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด ซึ่งผลการจัดอันดับศักยภาพการเข้าสู่ตลาดจีนสามารถกล่าวได้ว่า ธุรกิจนำเข้า(การเข้ามาใช้บริการท่องเที่ยวในประเทศไทย) เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการเข้าสู่ตลาดจีนสูงที่สุด เนื่องจากความต้องการของตลาดยังมีมาก และต้นทุนในการจัดตั้งกิจการต่ำ นอกจากนี้ธุรกิจนำเที่ยวของไทยยังมีชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลอีกด้วย รองลงมา คือ ธุรกิจการศึกษา (บริการด้านการศึกษแก่นักศึกษาจีนของสถานการศึกษาไทย) ซึ่งมีปัจจัยเอื้อที่สำคัญ คือ นโยบายของภาครัฐ ประกอบกับ ความต้องการของตลาดที่ยังมีอยู่มาก และต้นทุนในการจัดตั้งกิจการที่ต่ำ ส่วนธุรกิจที่มีศักยภาพการเข้าสู่ตลาดจีนเป็นอันดับที่สาม คือ ธุรกิจสปา เนื่องจากความมีชื่อเสียงในระดับสากลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่น ๆ ส่วนอันดับอื่นๆ ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหารไทย ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจโรงพยาบาล และ ธุรกิจโรงแรม ตามลำดับ

## ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้ประโยชน์ จากเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน สำหรับธุรกิจบริการไทย\*

การเปิดตลาดภาคบริการรอบแรก ภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีนนั้น จะครอบคลุมธุรกิจบางประเภทเท่านั้น อาทิ บริการด้านคอมพิวเตอร์ บริการอสังหาริมทรัพย์ บริการก่อสร้างและวิศวกรรม บริการด้านสิ่งแวดล้อม บริการขนส่งทางรถยนต์และรถไฟ และบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา เป็นต้น โดยยังไม่ครอบคลุมธุรกิจบริการอีกหลายประเภทที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่อยู่ภายใต้ขอบเขตการศึกษา ในมิติที่นอกเหนือไปจากความตกลง GATS จึงอาจกล่าวได้ว่าในปัจจุบัน ผู้ประกอบการไทยจึงยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากความตกลงด้านบริการภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีนนี้ได้อย่างเต็มที่ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายสำหรับภาครัฐ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้โอกาสจากความตกลงดังกล่าวได้มากขึ้น ดังนี้

### 1. ผลักดันการเปิดตลาดในรอบต่อไปให้ครอบคลุมธุรกิจที่ไทยมีศักยภาพมากขึ้น

ในการเจรจาเปิดตลาดรอบที่สอง ซึ่งปัจจุบันอยู่ในระหว่างการ request และ offer กัน ซึ่งคาดว่าจะตกลงในการประชุมสุดยอดอาเซียน-จีน คาดว่าจะครอบคลุม 12 สาขาเพิ่มเติมจากที่จีนเปิดตลาดให้ไทยก่อนหน้านี้ในรอบแรก โดยคาดว่าธุรกิจภาคบริการของไทยที่จะได้รับประโยชน์ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโลจิสติกส์ และธุรกิจด้านการศึกษา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากการเปิดตลาดรอบแรก โดยเปรียบเทียบในสาขาที่ผูกพันใน GATS อยู่แล้ว จะเห็นว่าจีนมักจะไม่ได้เปิดเพิ่มเติมจาก GATS มากนัก หรือหากเพิ่มเติมก็จะมีเงื่อนไข เช่น ในสาขาการบริการจัดการ โครงการ การจัดหาบุคลากร (ภายใต้บริการธุรกิจ) และสาขาการขนส่ง ที่ยอมให้ผู้ลงทุนจากอาเซียนถือหุ้นได้มากกว่าผู้ลงทุนจากประเทศสมาชิก WTO อื่น แต่ต้องผ่านเกณฑ์ความจำเป็นทางเศรษฐกิจ (Economic need test) ก่อน ซึ่งหมายความว่า จะเปิดให้ต่อการลงทุนในธุรกิจนั้นๆ ทางการเงินเห็นแล้วว่ามีประโยชน์ และมีความจำเป็นในเชิงเศรษฐกิจต่อประเทศ ดังนั้น ในการเปิดตลาดรอบสอง แม้คาดว่าจะเงินจะเพิ่มเติมสาขามากขึ้น แต่เป็นสาขาที่เคยเปิดในรอบ GATS อยู่แล้ว เช่น ธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ในรายละเอียดของความตกลงอาจจะไม่ได้เพิ่มเติมจาก GATS มากนัก รัฐบาลไทยจึงควรเจรจาในเชิงลึกมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องการเคลื่อนย้ายบุคลากรในระดับที่ไม่ใช่ผู้บริหาร ซึ่งเป็นข้อสงวนหลักที่จีนไม่ยอมผูกพันในรอบ WTO เช่น ผลักดันให้แรงงานฝีมือไทยสามารถเข้าไปให้บริการในโรงแรม ร้านอาหาร มากขึ้น หรือในกรณีธุรกิจนำเที่ยวที่ใน GATS ยังระบุว่าไม่อนุญาตให้บริษัทนำเที่ยวต่างชาติทำธุรกิจ outbound แต่ในกฎระเบียบภายในประเทศจริงๆ อนุญาตแล้ว โดยมีเงื่อนไขว่าต้องประกอบธุรกิจมาแล้ว 2 ปี อาจเจรจาให้จีนผ่อนผันในเรื่องเวลาการ

\*ที่มา : สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. Legislative Institutional Repository of Thailand เข้าถึงได้จาก <http://www.itd.or.th/th/publications/100407>.

ประกอบธุรกิจ หรืออย่างน้อยที่สุดก็ขอให้จีนผูกพันในกรอบอาเซียน-จีนให้เท่ากับกฎระเบียบที่ใช้จริง เพื่อเป็นการยืนยันถึงความแน่นอนของนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ เป็นต้น

## 2. เร่งจัดทำข้อตกลงยอมรับมาตรฐานร่วมกัน (Mutual Recognition Agreement)

ในการเจรจาข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศนั้น เป็นธรรมดาที่ประเทศคู่เจรจาจะต้องพยายามผลักดันให้ความตกลงออกมาครอบคลุมสาขาที่ตนมีความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด แต่ในท้ายที่สุดย่อมเป็นไปได้ที่ผลของความตกลงจะสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับประเทศคู่เจรจาข้างใดข้างหนึ่งได้อย่างสมบูรณ์ ดังเช่นกรณีของความตกลงภาคบริการภายใต้อาเซียน-จีน ที่ปัจจุบันไทยยังไม่สามารถผลักดันให้การเปิดเสรีครอบคลุมสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพได้ครบถ้วน อย่างไรก็ตาม แม้ไม่สามารถผลักดันให้จีนเปิดเสรีได้ แต่ไทยก็ยังสามารถใช้ประโยชน์จากกรอบความตกลงเพื่อลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดได้ กลไกสำคัญอันหนึ่งที่มีจะทำควบคู่กับ FTA คือการจัดทำข้อตกลงยอมรับมาตรฐานร่วมกัน (Mutual Recognition Agreement: MRA) ซึ่งหมายถึงประเทศคู่เจรจาต่างยอมให้แต่ละประเทศกำหนดกฎระเบียบ เงื่อนไข หรือมาตรฐานที่แตกต่างกันได้ และยอมรับมาตรฐานนั้น โดยไม่ต้องตรวจสอบซ้ำ ซึ่ง MRA นี้มักจะใช้กันมากในกรณีมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม เช่น ถ้าไทยกับจีนมี MRA ในด้านมาตรฐานสินค้าแล้ว สินค้าที่ได้รับมาตรฐานจากทางการไทยแล้ว ก็สามารถเข้าประเทศจีนได้เลยโดยไม่ต้องตรวจสอบมาตรฐานจีนซ้ำอีก

ในกรณีของการค้าบริการ MRA ที่สำคัญคือการยอมรับมาตรฐานวิชาชีพของแรงงานฝีมือ เช่น ใบประกอบโรคศิลป์ของแพทย์ คุณสมบัติของพนักงานนวด หรือ คุณสมบัติของอาจารย์ ในปัจจุบัน ไทยมี MRA กับจีนแล้วในด้านการยอมรับปริญญาในระดับอุดมศึกษา (Agreement on Mutual Recognition of Academic Degrees in Higher Education) ทำให้นักศึกษาจีนที่ต้องการศึกษาต่อในไทย หรือนักศึกษาไทยที่ต้องการศึกษาต่อในจีนสามารถเทียบคุณวุฒิกันได้ทันที นอกจากนี้ ยังช่วยในแง่การเข้าไปทำงานของบุคคลธรรมดา เช่น ในบริการการศึกษา ที่จีนกำหนดคุณสมบัติของอาจารย์ต่างชาติว่าต้องมีคุณวุฒิในระดับปริญญา ในการตรวจสอบคุณวุฒิของบุคลากรจากไทยก็จะได้รับความสะดวกมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม สำหรับแรงงานในภาคบริการนั้น ยังต้องการการยอมรับมาตรฐานอื่นๆ เพิ่มเติมจากวุฒิการศึกษา ทางการไทยจึงควรเร่งเจรจากับจีน โดยเฉพาะในธุรกิจที่มีกฎระเบียบเข้มงวด เช่น สปา ซึ่งจีนยังไม่เคยยอมตกลงผูกพันที่จะเปิดเสรีในกรอบใดๆ เลย และยังมีกฎระเบียบภายในในด้านมาตรฐานสุขอนามัยอีกมากมาย หากสามารถตกลงยอมรับมาตรฐาน

ร่วมกับจีน ให้จีนยอมรับมาตรฐานของพนักงานนวดไทยได้ ก็จะเป็นประโยชน์ในการเข้าสู่ตลาดอย่างมาก แม้จีนจะยังไม่ยอมที่จะเปิดเสรีก็ตาม

### 3. ใช้ประโยชน์จากกลไกความร่วมมือที่มีอยู่ในการอำนวยความสะดวกทางการค้า

นอกจากการเปิดเสรีแล้ว ความตกลงการค้าเสรียังครอบคลุมไปถึงการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น และมีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมในการเจรจา (ASEAN-China Trade Negotiation Committee) ซึ่งเป็นเครือข่ายในระดับสูง (high level) ที่มีการปรึกษาหารือในเรื่องอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดภายใต้กรอบ FTA อาเซียน-จีน อย่างต่อเนื่อง ไทยอาจใช้ช่องทางนี้ในการปรึกษากับทางการจีนเพื่อแก้ไขปัญหาการเข้าสู่ตลาดที่มีอยู่ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลจำเป็นต้องดูแลให้มีกระบวนการภายในประเทศที่เพียงพอที่จะรองรับและส่งต่อข้อมูลไปยังคณะกรรมการระดับสูงนี้ เนื่องจากภาคบริการในแต่ละสาขา ค่อนข้างจะมีลักษณะเฉพาะที่ต่างกัน จึงต้องอาศัยการประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐมาก เช่น กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ อาจจะเป็นเจ้าภาพ และมีหน่วยงานกำกับดูแลเฉพาะในแต่ละสาขาเข้าร่วม นอกจากนั้น ยังควรต้องสร้างกลไกที่จะสามารถรับความเห็นจากภาคเอกชนที่ความร่วมมือกับจีนอยู่แล้ว เช่น สภาธุรกิจไทย-จีน หรือหอการค้าไทยในจีน เพื่อให้รัฐมีข้อมูลที่เพียงพอ และสามารถเข้าใจและจัดการกับปัญหาได้อย่างทัน่วงที

## ภาคผนวก

- PROTOCOL TO IMPLEMENT THE SECOND PACKAGE OF SPECIFIC COMMITMENTS UNDER THE AGREEMENT ON TRADE IN SERVICES OF THE FRAMEWORK AGREEMENT ON COMPREHENSIVE ECONOMIC CO-OPERATION BETWEEN THE ASSOCIATION OF SOUTHEAST ASIAN NATIONS AND THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA (Final Draft)
- คำแปลอย่างไม่เป็นทางการพิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ ๒ ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของกรอบความตกลงร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีน
- สรุปการสัมมนาเวทีสาธารณะ เรื่อง “การเปิดตลาดการค้าบริการระหว่างอาเซียน-จีน”

**PROTOCOL TO IMPLEMENT THE SECOND PACKAGE OF SPECIFIC COMMITMENTS UNDER THE AGREEMENT ON TRADE IN SERVICES OF THE FRAMEWORK AGREEMENT ON COMPREHENSIVE ECONOMIC CO-OPERATION BETWEEN THE ASSOCIATION OF SOUTHEAST ASIAN NATIONS AND THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA**

The Governments of Brunei Darussalam, the Kingdom of Cambodia, the Republic of Indonesia, the Lao People's Democratic Republic, Malaysia, the Union of Myanmar, the Republic of the Philippines, the Republic of Singapore, the Kingdom of Thailand and the Socialist Republic of Viet Nam, Member States of the Association of Southeast Asian Nations (hereinafter collectively referred to as "ASEAN" or "ASEAN Member States" or singularly as "ASEAN Member State"), and the People's Republic of China (hereinafter referred to singularly as "the Party" and collectively as "the Parties"),

**RECALLING** the Agreement on Trade in Services of the Framework Agreement on Comprehensive Economic Co-operation Between the Association of Southeast Asian Nations and the People's Republic of China, (hereinafter referred to as the "Agreement"), signed on 14 January 2007 in Cebu, the Philippines;

**RECALLING** the aim of substantially improving on the first package of specific commitments of each Party;

**REAFFIRMING** the commitment to the progressive liberalization of trade in services between the Parties; and

**RECOGNISING** the agreement to conclude the second package of specific commitments within a year from the date of entry into force of the Agreement,

**HAVE AGREED** as follows:

**Article 1  
General Provisions**

1. Pursuant to paragraph 2 of Article 23 of the Agreement, the second package of specific commitments of each Party is hereby annexed to this Protocol. This Protocol and its Annexes shall form an integral part of the Agreement.
2. This Protocol shall apply to the Parties that have signed this Protocol and submitted their respective specific commitments to the Secretary-General of ASEAN.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Cambodia is exempted from the requirement of the submission of the Second Package of Specific Commitments (8<sup>th</sup> AEM-MOFCOM Consultations).



## Article 2 Entry into Force

1. This Protocol shall enter into force on 1 January 2011.
2. The Parties undertake to complete their internal procedures for the entry into force of this Protocol prior to 1 January 2011.
3. Where a Party is unable to complete its internal procedures for the entry into force of this Protocol by 1 January 2011, the rights and obligations of that Party under this Protocol shall commence on the date of completion of such internal procedures.
4. A Party shall upon the completion of its internal procedures for the entry into force of this Protocol notify all the other Parties in writing.

## Article 3 Depositary

For the ASEAN Member States, this Protocol shall be deposited with the Secretary-General of ASEAN, who shall promptly furnish a certified true copy thereof, to each ASEAN Member State.

**IN WITNESS WHEREOF**, the undersigned being duly authorized by their respective Governments, have signed the Protocol to implement the Second Package of Specific Commitments under the Agreement on Trade in Services of the Framework Agreement on the Comprehensive Economic Co-operation between the Association of the Southeast Asian Nations and the People's Republic of China.

Done at \_\_\_\_\_, this \_\_\_\_<sup>th</sup> Day of \_\_\_\_\_ in the Year Two Thousand and Ten, in duplicate copies in the English language.



**คำแปลอย่างไม่เป็นทางการ**  
**พิธีสารอนุวัติข้อผูกพันชุดที่ 2 ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของ**  
**กรอบความตกลงร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่าง**  
**ประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีน**

รัฐบาลแห่งบรูไนดารุสซาราม ราชอาณาจักรกัมพูชาสาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มาเลเซีย สหภาพพม่า สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐสิงคโปร์ ราชอาณาจักรไทย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ประเทศสมาชิกของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ซึ่งต่อไปจะเรียกรวมกันว่า "อาเซียน" หรือ "กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน" หรือเรียกเป็นรายประเทศว่า "ประเทศสมาชิกอาเซียน") และสาธารณรัฐประชาชนจีน (ซึ่งจากนี้ต่อไปจะเรียกเป็นรายประเทศว่า "ประเทศภาคี" และจะเรียกรวมกันว่า "กลุ่มประเทศภาคี")

**ระลึกถึง** ความตกลงการค้าบริการของกรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีน (ซึ่งจากนี้ต่อไปจะเรียกว่า "ความตกลง") ซึ่งได้ลงนามเมื่อวันที่ 14 มกราคม ค.ศ.2007 (พ.ศ. 2550) ณ นครเซบู สาธารณรัฐฟิลิปปินส์

**ระลึกถึง** เป้าหมายในการปรับปรุงข้อผูกพันชุดที่ 1 ของแต่ละประเทศภาคีอย่างมีนัยสำคัญ

**เน้นย้ำถึง** ข้อผูกพันที่จะต้องเปิดเสรีการค้าบริการแบบก้าวหน้าเป็นลำดับระหว่างกลุ่มประเทศภาคี

**ตระหนักถึง** ความตกลงที่จะสรุปตารางข้อผูกพันชุดที่ 2 ภายในหนึ่งปี หลังจากที่มีความตกลงได้มีผลใช้บังคับ  
**ได้ตกลงกันดังต่อไปนี้**

**มาตรา 1**  
**ข้อกำหนดทั่วไป**

1. ตามวรรคที่ 2 ของมาตราที่ 23 ของความตกลง ระบุไว้ว่าข้อผูกพันชุดที่ 2 ของแต่ละประเทศภาคีได้รับการรวบรวมไว้ในภาคผนวกของพิธีสารฉบับนี้ ซึ่งพิธีสารฉบับนี้ และภาคผนวก จะรวมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับความตกลง
2. พิธีสารฉบับนี้จะมีผลใช้บังคับกับ ประเทศภาคีที่ลงนามในพิธีสารและได้ยื่นตารางข้อผูกพันของประเทศนั้นๆ ให้แก่สำนักเลขาธิการอาเซียน<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ประเทศกัมพูชาได้รับการยกเว้นในการยื่นข้อผูกพันชุดที่ 2 (8<sup>th</sup> AEM-MOFCOM Consultations)



## มาตรา 2 การมีผลใช้บังคับ

1. พิจารณานี้จะมีผลใช้บังคับในวันที่ 1 มกราคม 2011 (2554)
2. กลุ่มประเทศภาคีจะต้องดำเนินการตามกระบวนการภายในของตนให้เสร็จสิ้น เพื่อที่จะทำให้พิจารณานี้มีผลใช้บังคับก่อนวันที่ 1 มกราคม 2011 (2554)
3. ในกรณีที่ประเทศภาคีใดไม่สามารถดำเนินการตามกระบวนการภายในของตนให้เสร็จสิ้นภายในวันที่ 1 มกราคม 2011 (2554) สิทธิและพันธะภายใต้พิจารณาของประเทศภาคีนั้น จะเริ่มต้น ณ วันที่ได้ดำเนินการตามกระบวนการภายในเสร็จสิ้นแล้ว
4. เมื่อประเทศภาคีได้ดำเนินการตามกระบวนการภายในเสร็จสมบูรณ์แล้ว จะต้องทำการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อประเทศภาคีอื่นๆ

## มาตรา 3 การเก็บรักษา

สำหรับสมาชิกอาเซียน พิจารณานี้จะถูกเก็บรักษาไว้กับเลขาธิการอาเซียน ซึ่งจะได้ทำการส่งสำเนาพิจารณาที่ได้รับรองความถูกต้องแล้วให้แก่แต่ละประเทศภาคีโดยเร็วที่สุด

**เพื่อเป็นพยานในการนี้** ผู้มีนามข้างใต้ ซึ่งได้รับมอบหมายโดยถูกต้องจากรัฐบาลของตนตามลำดับ ได้ลงนามในพิจารณาเพื่ออนุมัติข้อผูกพันชุดที่ 2 ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการค้าบริการของกรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีน

จัดทำ ที่ \_\_\_\_\_ เมื่อวันที่ \_\_\_\_\_ ของ \_\_\_\_\_ ในปีสองพันสิบ  
เป็นสำเนาฉบับภาษาอังกฤษ



สรุปการสัมมนาเวทีสาธารณะ  
เรื่อง “การเปิดตลาดการค้าบริการระหว่างอาเซียน-จีน”  
ในวันศุกร์ที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๕๒  
ในระหว่างเวลา ๐๘.๓๐- ๑๕.๓๐ นาฬิกา  
ณ ห้องควีนส์ปาร์ค ๑,๒ โรงแรมอิมพีเรียล ควีนส์ปาร์ค สุขุมวิท ๒๒ กรุงเทพฯ

การสัมมนาเวทีสาธารณะ เรื่อง “การเปิดตลาดการค้าบริการระหว่างอาเซียน-จีน” ในครั้งนี้จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระดมความคิดเห็นจากภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณาจัดทำข้อผูกพันการค้าบริการระหว่างอาเซียน-จีน จากการเข้าร่วมฟังการสัมมนา สรุปผลการสัมมนาได้ดังนี้

ปัจจุบัน สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศมหาอำนาจ ซึ่งเป็นประเทศที่เพิ่งเข้าเป็นสมาชิกในองค์การการค้าโลก หรือ WTO เมื่อปีพ.ศ. ๒๕๔๔ ในการเข้าเป็นสมาชิกของ WTO นั้น จีนต้องผ่านกระบวนการเจรจาทางการค้า ให้ความสำคัญกับประเทศสมาชิก WTO ก่อน ซึ่งถือว่าเป็นด่านแรกก่อนในการพิจารณาเพื่อเข้าเป็นประเทศสมาชิกใน WTO ในที่สุดแล้ว จีนจึงต้องเปิดการค้าเสรีอย่างเต็มตัว

ในการทำความตกลงทางการค้าบริการระหว่างอาเซียน-จีน ได้มีการลงนามความตกลงเมื่อวันที่ ๑๔ มกราคม ๒๕๕๐ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๐ ซึ่งในการตกลงนั้นจะต้องมีข้อผูกพันในเรื่องการเปิดตลาดด้วย และหลังจาก ๑ ปี ที่ข้อตกลงมีผลใช้บังคับ ทั้งสองฝ่ายจะต้องทำข้อผูกพันชุดที่ ๒ ขึ้นซึ่งหมายความว่าต้องเปิดเสรีให้มากกว่าข้อผูกพันชุดที่ ๑ หรือมากกว่าใน WTO ดังนั้นข้อผูกพันในชุดที่ ๒ จึงเริ่มขาลง จนถึงขณะนี้ก็ยังอยู่ระหว่างการดำเนินการ

ข้อเสนอผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ ๑ ของไทย ภายใต้กรอบการเจรจาการค้าบริการอาเซียน-จีน ได้แก่ บริการธุรกิจ การศึกษา การท่องเที่ยว และการขนส่ง และข้อเสนอผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ ๒ ของไทย ได้แก่ บริการธุรกิจ ก่อสร้าง บริการจัดจำหน่าย และการขนส่ง

ข้อเสนอผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ ๑ ของจีน ภายใต้กรอบการเจรจาการค้าบริการอาเซียน-จีน ได้แก่ บริการด้านธุรกิจ บริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง บริการสิ่งแวดล้อม บริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และกีฬา บริการขนส่ง และข้อเสนอผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ ๒ ของจีน ได้แก่ บริการด้านธุรกิจ บริการโทรคมนาคม บริการจัดจำหน่าย บริการทางการเงิน บริการท่องเที่ยว และเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว บริการขนส่ง

ในมุมมองของนักวิชาการ นักธุรกิจ รวมทั้งผู้ปฏิบัติโดยตรงในการเจรจาการค้าดังกล่าว ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ และมีประสบการณ์กับจีน ที่เป็นวิทยากรในการสัมมนาเวทีสาธารณะนี้ อาทิ นายพิษณุ เหรียญมหาสาร รศ.ดร.สมภพ มานะรังสรรค์ นายธนกร เสรีบุรี ดร.สักรินทร์ นิยมศิลป์ และนายบุญญฤทธิ์ กัลยาณมิตร มีความเห็นทั้งที่คล้ายคลึงกัน และแตกต่างกัน ได้ชี้แจงเกี่ยวกับ

เรื่องของโอกาสทางการค้าบริการกับจีน การเข้าไปดำเนินการธุรกิจด้านการค้าบริการ รวมทั้งข้อเสนอต่อไทยในการปรับตัวเพื่อการค้าบริการกับจีน สรุปได้ดังนี้

สำหรับภาคบริการของจีน สิ่งที่ได้รับทราบมาในอดีตนั้น ไทยมองว่าจีนเป็นประเทศที่ล้าหลัง ไม่ทันสมัย ทำให้ไทยเสียโอกาสในด้านการค้าบริการกับจีน มองข้ามประเทศจีน ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับจีนน้อย ในปัจจุบันจีนเป็นประเทศมหาอำนาจ มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง สถานการณ์โลกในปัจจุบันจีนเป็นประเทศที่มีอิทธิพลมากประเทศหนึ่ง เช่น ราคาน้ำมันขึ้น-ลง จีนก็เป็นประเทศหนึ่งที่มีผลกับการขึ้น-ลงของราคาน้ำมัน และในภาคบริการของจีนนั้น จีนเปิดกว้างมากกว่าไทย

การทำธุรกิจทางการค้ากับจีนนั้น ธุรกิจด้านการค้าบริการเป็นธุรกิจที่ไทยพอที่จะมีโอกาสเข้าไปดำเนินการได้ และประสบความสำเร็จ เนื่องจากมีความชำนาญกว่าภาคอื่น ๆ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมหรือการผลิต เพราะประเทศจีนเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่มากและมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทยมาก

จีนเป็นประเทศที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปี ในการพัฒนาประเทศนั้น จีนเป็นประเทศที่มีการเมืองที่มั่นคงมาก และโครงการต่าง ๆ นั้นจะมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนผู้นำก็ตาม จีนเน้นการสร้างคน เน้นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในระดับหัวกะทิ มีความมั่นคง สามารถทำงานให้กับประเทศได้ แนวคิดของเติ้งเสี่ยวผิงเป็นแนวคิดที่มีบทบาทสำคัญมากในการพัฒนาประเทศ เช่น คล่าหินข้ามคลอง (การศึกษาความเป็นไปได้ก่อนลงมือทำ) แมวขาว แมวดำ (ไม่ว่าจะเป็นแมวสีอะไรขอให้จับหนูได้ ทรัพยากรมนุษย์ต้องมีศักยภาพ) เป็นต้น

ตั้งแต่จีนเปิดประเทศ จีนสามารถชักชวนประเทศใหญ่ ๆ เข้ามาลงทุนในจีน สามารถสร้างงานและนำรายได้เข้าประเทศได้มาก เมื่อปี ค.ศ. ๒๐๐๔ สามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้ถึง ๖๐,๐๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจุบันจีนมีรายได้เข้าประเทศถึง ๙๐,๐๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งการนำเข้าและส่งออก ทำให้ประเทศจีนได้ดุลการค้ามาโดยตลอด ในด้านการท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเยือนจีนปีละ ๑๒๐ ล้านคน และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันจีนมีทุนสำรองเงินตราระหว่างประเทศเกินสองล้านล้านเหรียญสหรัฐ

สาเหตุที่ทำให้ภาคธุรกิจบริการของจีนเติบโตขึ้น

๑. นโยบายการมีลูกคนเดียว ทำให้สามารถดูแลลูกได้อย่างดี
๒. รายได้ของคนจีนสูงขึ้น โดยดูจากยอดขายรถยนต์ซึ่งปีนี้มากถึง ๑๐ ล้านคัน
๓. จำนวนผู้สูงอายุมากขึ้น มีอายุเฉลี่ย ๗๕ ปีขึ้นไป การบริการด้านการแพทย์ด้านสุขอนามัย จึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เป็นต้น

ในปี ค.ศ. ๒๐๐๙ จีนเป็นประเทศที่มีการขยายตัวของ GDP มากที่สุดในโลก จีนใช้เงินกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศมากถึง ๒๓ ล้านล้านหยวน ทำให้กระแสเงินทุนเวียนภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของ GDP นั้นจะมาจากภาคอุตสาหกรรมมากที่สุด เปิดโอกาสให้นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามาลงทุน ซึ่งหลายประเทศกำลังให้ความสนใจจีนในขณะนี้

ดังนั้น ประเทศไทยจะต้องปรับตัว เปลี่ยนแผนการดำเนินการ โดยเปิดโอกาสในการทำการค้าภาคบริการกับจีนให้มากขึ้น ศึกษาความเป็นไปได้ในช่องทางการค้าภาคบริการกับจีน ประเทศไทยเปลี่ยนแปลงโดยใช้จีนเปลี่ยนแปลงฐานของไทย ซึ่งต้องมาพิจารณากันอีกครั้งว่าจะให้จีนนั้นเปลี่ยนแปลงไทยอย่างไร ในด้านการศึกษา การเรียนหนังสือจีนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง เพราะภาษาเป็นเรื่องสำคัญมาก คนไทยต้องรู้ภาษาจีน รู้จักวัฒนธรรมจีน การใช้ชีวิต เป็นต้น เนื่องจากเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจกับจีนเป็นอย่างมาก ซึ่งรัฐบาลควรที่จะปรับปรุงธุรกิจด้านการศึกษาด้วย

#### ข้อเสนอแนะ

ในการสัมมนาในครั้งนี้ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน ซึ่งมีผู้เข้าร่วมสัมมนาซึ่งมาจากทุกภาคส่วนให้ความสนใจในการจัดสัมมนาในครั้งนี้ ผู้เข้าร่วมสัมมนาบางท่านมีความเห็นว่าการสัมมนาในครั้งนี้ขาดการบูรณาการ ขาดการมีส่วนร่วม ทั้งจากภาครัฐด้วยกันเอง จากภาคเอกชน และในการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนั้น กลายเป็นเรื่องของช่องทางในการทำธุรกิจภาคบริการกับจีนมากกว่าที่จะขอความเห็นจากทุกภาคส่วนในการจัดทำข้อผูกพันการค้าบริการระหว่างอาเซียน-จีน นอกจากนี้ วิทยากรผู้บรรยายนั้นเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ จะกล่าวถึงเฉพาะในส่วนที่ดีของการเปิดเสรีด้านการค้าบริการกับจีน โดยแต่ละท่านจะมีข้อมูลซึ่งคล้ายคลึงกัน และเชื่อถือได้ เพียงแต่ว่าผู้เข้าร่วมสัมมนาจะได้รับเพียงข้อมูลด้านเดียว ซึ่งเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ข้อมูลอีกส่วนหนึ่งซึ่งอาจทำให้ประเทศไทยเสียประโยชน์ถูกมองข้ามไป ไม่น่ามากล่าวอ้าง ทำให้เห็นว่าการเปิดเสรีการค้าบริการกับจีนภายใต้กรอบอาเซียนนั้นดี

ในการร่วมรับฟังการสัมมนาเวทีสาธารณะในครั้งนี้ เป็นประโยชน์ต่อสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภาในการพัฒนาบุคลากรให้มีองค์ความรู้มากขึ้น พัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อประโยชน์ของสำนักงานต่อไป



### สำนักวิชาการ ให้การบริการทางวิชาการ

๑. ณ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ถนนประดิพัทธ์ ให้บริการในวันและเวลาราชการ
- กลุ่มงานบริการวิชาการ ๑ โทร. ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๗๒ โทรสาร ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๕๘-๕๙  
ด้านการเมืองการปกครอง ความมั่นคง การทหาร การยุติธรรม กฎหมายระหว่างประเทศ  
ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ อนุญาโตตุลาการ ทฤษฎีสินทางปัญญา
  - กลุ่มงานบริการวิชาการ ๒ โทร. ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๗๑ โทรสาร ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๕๘-๕๙  
ด้านเศรษฐกิจ พาณิชยกรรม การเงิน การคลัง การธนาคาร การลงทุน งบประมาณ ประกันภัย  
อุตสาหกรรม คมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การเกษตรและสหกรณ์
  - กลุ่มงานบริการวิชาการ ๓ โทร. ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๗๐ โทรสาร ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๕๘-๕๙  
ด้านสังคม การศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม แรงงานและสวัสดิการสังคม เด็ก สตรี  
การสาธารณสุข การท่องเที่ยว การกีฬา วิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม การพลังงาน

๒. ณ จุดบริการสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ (E-knowledge Services) อาคารรัฐสภา ๑ ชั้น ๓  
ให้บริการในวันและเวลาราชการ สำหรับวันประชุมสภาผู้แทนราษฎรให้บริการถึงเวลา ๑๙.๓๐ น.  
โทร. ๐ ๒๒๔๔ ๑๘๗๗ โทรสาร ๐ ๒๒๔๔ ๑๘๗๘

พิมพ์ที่สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ออกแบบปกโดย น.ส.รติมา ศารทะประภา



# LIRT

Legislative Institutional Repository of Thailand