



สถาบันระหว่างประเทศ
เพื่อการค้าและการพัฒนา

เขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน : ธุรกิจนำเที่ยว



สารบัญ

	หน้า
ธุรกิจนำเที่ยว	
1. ภาพรวมธุรกิจนำเที่ยวในตลาดจีน	1
1.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว	1-11
1.2 ด้านอุปทานการท่องเที่ยว	12-17
2. กฎระเบียบ และขั้นตอนทางกฎหมายของการลงทุนธุรกิจนำเที่ยว	18
2.1 การเปิดตลาดภายใต้พันธกรณีระหว่างประเทศ	18-19
2.2 กฎระเบียบและขั้นตอนทางกฎหมายภายในประเทศ	19-22
3. วิเคราะห์ศักยภาพและความน่าลงทุนในตลาดจีนของธุรกิจนำเที่ยว	22-28
4. SWOT Analysis ธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเข้าสู่ตลาดจีน	28-34
5. กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจนำเที่ยว	34-37
6. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	37

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ	2
ตารางที่ 2	รายได้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปี 2549	2
ตารางที่ 3	Per Capita Gross regional product สูงสุด 10 อันดับแรกของจีน ปี 2550	3
ตารางที่ 4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย	10
ตารางที่ 5	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน	11
ตารางที่ 6	มณฑลที่บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนและร่วมทุนมากที่สุด	12
ตารางที่ 7	โครงสร้างบริษัทนำเที่ยวในประเทศจีน	14

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ย่านช้อปปิ้งในมหานครเซี่ยงไฮ้ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวต่างชาติ	16
ภาพที่ 2 ห้างสรรพสินค้าชั้นนำที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวในมหานครเซี่ยงไฮ้	16
ภาพที่ 3 สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจีน ปี 2549	17
ภาพที่ 4 สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในมณฑลต่างๆ ของจีน ปี 2549	17

ภาคผนวก

	หน้า
ภาคผนวก 1	41
ความตกลงด้านการค้าบริการและการลงทุนภาคบริการไทย-จีน	43
1. ความสำคัญของภาคบริการในจีน	43-45
2. ข้อตกลงการค้าบริการของจีนกับไทย	45
2.1 พันธกรณีในฐานะสมาชิก WTO	45-54
2.2 ข้อตกลงด้านบริการภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน	54-58
2.3 สรุปการเปิดตลาดการค้าบริการของจีนกับไทย	58-71
3. ข้อตกลงความร่วมมือการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดระหว่างจีนกับฮ่องกง และจีนกับมาเก๊า หรือ CEPA (Mainland and Hong Kong Closer Economic Partnership Arrangement)	72-78
4. กฎหมายเกี่ยวกับการลงทุนในภาคบริการของจีน	79
4.1 แนวคิดในเชิงนโยบายของจีนเกี่ยวกับการลงทุนในภาคบริการจากต่างชาติ	79
4.2 กฎหมายและกฎระเบียบระดับประเทศ	79-84
4.3 มาตรการส่งเสริมการลงทุนในเมืองที่ศึกษา	84-88
5. กฎหมายแรงงาน (Labour Contract Law)	88-90
ภาคผนวก 2	91
ข้อมูลพื้นฐานเมืองที่ทำการศึกษา	93
1. ข้อมูลทั่วไปของเมืองกวางโจว	93-96
2. ข้อมูลทั่วไปของเมืองเซินเจิ้น	97-99
3. ข้อมูลทั่วไปของมหานครเซี่ยงไฮ้	100-103
4. ข้อมูลทั่วไปของเมืองหางโจว	104-106
5. ข้อมูลทั่วไปของเมืองซูโจว	107-108

ธุรกิจนำเที่ยว

1. ภาพรวมธุรกิจนำเที่ยวในตลาดจีน

ตั้งแต่ปี 2521 ประเทศจีนดำเนินนโยบายเปิดประเทศและปฏิรูปเศรษฐกิจ สังคมจีนได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว จนถึงปี 2550 จีนกลายเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นและเยอรมนี และรายได้ประชากรต่อหัวอยู่ที่ 2,280 เหรียญสหรัฐ¹ จีนเป็นประเทศที่มีประชากรมากถึง 1,300 ล้านคน มีแผ่นดินกว้างใหญ่ไพศาล อีกทั้งมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ฉะนั้นจึงมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมมากมาย จึงทำให้กลายเป็นประเทศที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดประเทศหนึ่ง และในขณะเดียวกันก็เป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากประเทศหนึ่ง

1.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว

ผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายและนิติกรรม กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้รายงานในที่ประชุม China International Travel Forum ว่าในปี 2549 ประเทศจีนได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 22 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวจีน 1,600 ล้านคน และมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากถึง 34.52 ล้านคน² โดยเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2535 ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศเพียง 2.92 ล้านคน ซึ่งส่วนมากเป็นการเดินทางเพื่อไปราชการมากกว่าท่องเที่ยวส่วนตัว ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ในช่วงเวลา 15 ปีที่ผ่านมา ชาวจีนเดินทางไปต่างประเทศเพิ่มขึ้นถึง 10.8 เท่าตัว และในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา อัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปเที่ยวต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 22.7 ซึ่งถือได้ว่าเป็นอัตราที่สูงมาก โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปเที่ยวต่างประเทศดังแสดงในตารางที่ 1 และนำมาได้เข้าประเทศจีนอย่างมหาศาล ดังแสดงในตารางที่ 2

¹ <http://www.ho8.net/n2150c10.aspx>

² China statistical yearbook 2008 (P749)

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (หน่วย: ล้านคน)
2545	16.60
2546	20.20
2547	28.50
2548	31.02
2549	34.52
2550	40.95

ที่มา : <http://travel.sohu.com/s2007/cjy1untan>

ตารางที่ 2 รายได้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปี 2549

ประเภทธุรกิจ	รายได้ (หน่วย: ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
นำเที่ยวภายในประเทศ	85,615	62.67
นำเที่ยวจากต่างประเทศ	24,892	18.22
นำเที่ยวไปต่างประเทศ	26,105	19.11
รวม	136,612	100

ที่มา : กรมทุนต่างชาติ กระทรวงพาณิชย์

จากที่ตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าคนจีนมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นทุกปี ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ชาวจีนตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ได้แก่

1) รายได้

รายได้ของประชาชนเพิ่มมากขึ้น ตามเศรษฐกิจของจีนที่ได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่ง จากสถิติของกรมการท่องเที่ยวของจีนในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนมากยังคงมาจากมณฑลหรือเมืองที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจหรือประชาชนที่มีรายได้สูง ซึ่ง 5 อันดับแรกของมณฑลหรือมหานครของจีนที่มีนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดได้แก่ มณฑลกว่างตุง ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ มณฑลเจียงซู และมณฑลเจ้อเจียง ซึ่งสอดคล้องกับรายได้ประชากรต่อหัวดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 Per Capita Gross regional product สูงสุด 10 อันดับแรกของจีน ปี 2550

ลำดับ	มณฑล / มหานคร	Per Capita GRP (หน่วย: หยวน)
1	เซี่ยงไฮ้	66,367
2	ปักกิ่ง	58,204
3	เทียนสิน	46,122
4	เจ้อเจียง	37,411
5	เจียงซู	33,928
6	กวางตุ้ง	33,151
7	ซานตง	27,807
8	ฝูเจี้ยน	25,908
9	เหลียวหนิง	25,729
10	มองโกเลียใน	25,393

ที่มา : China statistical yearbook 2008 (P52)

สำหรับนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยนั้น ในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวชาวจีน เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ด้านกว่าคน ซึ่งสถานกงสุลกวางโจว ออกวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวจีน 3 แสนกว่าเล่ม ที่สถานกงสุลเซี่ยงไฮ้กว่า 3 แสนเล่ม และที่อื่นๆ อีก แสนกว่าเล่ม³

จากปรากฏการณ์จะเห็นได้ว่ามหานครหรือมณฑลที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจ ประชาชนมีรายได้สูง มีนักท่องเที่ยวจีนไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด ทำให้ต่างประเทศหลายประเทศพยายามเข้าไปเจาะตลาดนี้ให้ได้ และเป็นที่สังเกตได้ว่า ในเมืองหรือมณฑลลำดับรองลงมาก็เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงที่ต่างประเทศมีอาจมองข้ามไปได้

2) การเปลี่ยนแปลงของค่านิยม

การเปิดประเทศ และปฏิรูปทางเศรษฐกิจนั้นไม่เพียงแต่ทำให้คนจีนร่ำรวยขึ้น ยังทำให้ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ เปลี่ยนไปด้วย เช่น ค่านิยมเกี่ยวกับครอบครัว ขนบธรรมเนียมประเพณีการไหว้เจ้า ฯลฯ นั้นเปลี่ยนไป

³ จากการสัมภาษณ์กงสุลใหญ่ ณ เมืองกวางโจว

ในสมัยก่อนประเทศจีนให้ความสำคัญแก่ตระกูล โดยจะเป็นครอบครัวใหญ่ คนสามสี่ชั่วอายุคนอาศัยบ้านเดียวกัน ถือเป็นตระกูลที่มีวาสนา ยังมีลูกเต็มบ้านมีหลานเต็มเมืองก็ยังเป็นการแสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง แต่ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นครอบครัวเล็ก พ่อแม่ลูกอยู่ด้วยกัน มีความเป็นอิสระ เลือกริถีชีวิตของตนเองได้ ลูกวัยรุ่นก็ได้รับอิทธิพลจากสื่อทั้งในและต่างประเทศ จึงทุ่มเทให้ลูกหลาน ในด้านการศึกษา การกีฬาและการท่องเที่ยว ส่วน ปู่ ย่า ตา ยาย ปัจจุบันอยู่ดีกินดีขึ้น เมื่อมีเวลาพักผ่อนจึงมักไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

ในอดีตก่อนช่วงเทศกาลตรุษจีน ต้องปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ทำความสะอาดบ้าน มีวันจ่าย วันไหว้ เป็นต้น แต่ปัจจุบันขนบธรรมเนียมประเพณีเหล่านี้มีหลงเหลืออยู่ในชนบทบ้าง แต่ในตัวเมืองใหญ่ๆ ส่วนมากไม่มีใครปฏิบัติกันแล้ว จะมีแต่ในวันส่งท้ายปีเก่าจีน จะพาครอบครัวไปรับประทานอาหารพร้อมหน้าพร้อมตากันที่โรงแรมหรู หลังจากนั้นก็เป็นการท่องเที่ยวพักผ่อน แม้กระทั่งการเยี่ยมญาติก็ไม่นิยมแล้ว นิยมอวยพรปีใหม่ผ่านโทรศัพท์ ส่งข้อความผ่านโทรศัพท์มือถือ และ E-Card เป็นต้น ดังนั้นช่วงวันหยุดยาว 7- 10 วัน ก็คือช่วงเวลาของการท่องเที่ยว

3) สวัสดิการ

ระบบสวัสดิการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมี 2 ประการ ประการแรก คือ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชน มีการจัดงบประมาณพาพนักงานไปท่องเที่ยวในประเทศหรือต่างประเทศอย่างน้อยปีละหนึ่ง ครั้ง ประการที่สอง ประเทศจีนมีสวัสดิการค่อนข้างดีแก่พนักงานในหน่วยงานของรัฐ เมื่อพนักงานเกษียณอายุ จะได้เงินบำนาญจำนวนหนึ่ง ส่วนพนักงานภาคเอกชนจะได้เงินโบนัสจากบริษัท ซึ่งสามารถนำมาใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

4) ความสะดวกสบายในการดำเนินการ

ในอดีตประชาชนจีนยังถูกจำกัดเสรีภาพ อิสระภาพค่อนข้างมาก จากมณฑลหนึ่งข้ามไปอีกมณฑลหนึ่งต้องขออนุญาต แต่ปัจจุบันประชาชนจีนที่มีบัตรประชาชนก็สามารถทำหนังสือเดินทางไปต่างประเทศได้ โดยเจ้าหน้าที่ตำรวจผู้ซึ่งมีอำนาจในการออกหนังสือเดินทาง ได้อำนวยความสะดวกโดยมีสำนักงานในย่านธุรกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนที่มาขอหนังสือเดินทาง ในช่วงวันหยุดยาว ด้านตั๋วเครื่องบิน การขอวีซ่า การจองที่พัก บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้จัดการให้ทั้งหมด เสรีภาพ อิสระภาพ และความสะดวกสบายเช่นนี้ ทำให้คนจีนใฝ่ฝันที่จะเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

5) การมีวันหยุดยาว

ตั้งแต่ปี 2542 เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศ รัฐบาลจีนจึงมีวันหยุดยาวปีละ 3 ครั้ง ได้แก่ วันแรงงาน วันชาติจีน และช่วงตรุษจีน ส่วนใหญ่จะหยุด 7-10 วัน คือวันหยุดตั้งแต่วันเสาร์ไปถึงวันอาทิตย์ถัดไป ถือได้ว่าเป็นมาตรการที่ใช้ได้ผลดี ดังสถิติที่แสดงให้เห็นว่าในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวจีนท่องเที่ยวภายในประเทศถึง 1,394 ล้านคน โดยเฉพาะช่วงวันตรุษจีนมีคนไทยมาท่องเที่ยวประเทศไทยกว่าหนึ่งแสนคน

6) ความคุ้มค่า

เนื่องจากว่าประเทศจีนเป็นประเทศกว้างใหญ่ไพศาล ทำให้บางครั้งการท่องเที่ยวภายในประเทศจีนมีค่าใช้จ่ายไม่ต่างจากไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังนั้นคนจีนจำนวนหนึ่งจึงเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแทน

ภูมิประเทศไทยตั้งอยู่ใกล้กับทางใต้ของจีน ทำให้เวลาที่ใช้เดินทางรวดเร็วกว่า เช่น การบินจากคุนหมิงมาเชียงใหม่ใช้เวลา 1 ชั่วโมง มากรุงเทพฯ ใช้เวลาแค่ 2 ชั่วโมง แต่บินไปปักกิ่งใช้เวลา 3.5 ชั่วโมง ฉะนั้นมีคนจีนทางตอนใต้ จำนวนไม่น้อยนิยมมาเที่ยวประเทศไทย

คนจีนมาเที่ยวประเทศไทยค่าใช้จ่ายถูกมาก คนจีนไม่ว่าจากเมืองไหนมาเที่ยวประเทศไทย 6 วันส่วนมากอยู่ที่ 2,000 กว่าหยวน หากจ่าย 3,000 กว่าหยวนได้เที่ยวประเทศไทย สิงคโปร์ และมาเลเซียรวม 8 วัน โฆษณาหนังสือพิมพ์จีนบางบริษัทนำเที่ยวแค่ 880 หยวน จึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่คนจีนเลือกท่องเที่ยวในต่างประเทศ

7) รูปแบบการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวจีนยังคงนิยมการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ เนื่องจากว่าการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะตั้งแต่ 10 คนขึ้นไปจะได้ราคาตั๋วเครื่องบิน ราคาโรงแรมเป็นพิเศษประหยัดค่าใช้จ่าย ประการที่สองบริษัททัวร์จะจัดมัคคุเทศก์ไว้อธิบายแหล่งท่องเที่ยว และคอยให้ความสะดวกสบายตลอดการท่องเที่ยว แม้รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะเป็นที่นิยม แต่ในขณะเดียวกัน ควรมีการพัฒนาโปรแกรมใหม่ๆ เช่น คณะท่องเที่ยวเน้นการซื้อของ คณะท่องเที่ยวเน้นด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

ช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแบบ package ก็ได้รับความนิยมไม่น้อย เนื่องจากกลุ่มวัยรุ่นหรือคนทำงานวัยกลางคนของจีนที่มีรายได้สูง ต้องการมีความอิสระ และแบบส่วนตัวมากขึ้น

จิงนียมการท่องเที่ยวแบบ package โดยผ่านบริษัททัวร์ซื้อตั๋วเครื่องบิน จองที่พักและทำวีซ่าให้ 3S (Sun , Sea and Sand) กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวนิยม

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ คนจีนที่เดินทางออกนอกประเทศเพื่อธุรกิจ จะมีจำนวนน้อยกว่า แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ศักยภาพการใช้จ่าย เพื่อความสะดวกสบาย ความหรูหราและการบริการที่พวกเขาต้องการเป็นอันดับแรก

กรมการท่องเที่ยวของจีนได้สำรวจนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งหมด 1,500 คนในปี 2006 โดยใช้แบบสอบถามที่ เมืองปักกิ่ง, เซี่ยงไฮ้ เซินเจิ้น, เจิงตู, อุ๋ฮั่นและ ฉางชาซึ่งเมืองเหล่านี้เป็นตัวแทนภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตกและภาคกลางของ จีนซึ่งมีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

ลำดับ	คำถาม	สัดส่วน
1	การเดินทางไปต่างประเทศเพื่อ	1.ราชการ 17% 2.ส่วนตัว 83%
2	ภูมิภาคซึ่งเป็นเป้าหมายแรกที่จะไป	1.เอเชีย 87.6% 2.ยุโรป 55.5%
3	วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	1. ท่องเที่ยวพักผ่อน 74.26% 2.ซื้อของ 7.76 %
4	แหล่งข้อมูลของการท่องเที่ยว	1.เพื่อน 65 % 2.Internet 25.46 % 3. หนังสือพิมพ์ 24.53 % 4. โทรทัศน์ 5.28% 5. วิทู 3.1%
5	การเลือกบริษัททัวร์	1.ชื่อเสียงบริษัท 43.79 % 2. เพื่อนแนะนำ 27.02 % 3.หน่วยงานจัดให้ 10.56% 4.ราคาทัวร์ 7.14 %
6	เลือกรูปแบบการท่องเที่ยว	1.หมู่คณะ 52.8 % 2. ส่วนตัว 27.64 % 3.รับได้ทั้งสองรูปแบบ 19.5 %

ลำดับ	คำถาม	สัดส่วน
7	สนใจท่องเที่ยวอะไรบ้าง	1.ทัศนียภาพธรรมชาติ 71.19 % 2.วัฒนธรรม 54.04% 3.โบราณสถาน 46.61% 4.City Tour 2.61 %
8	แหล่งการท่องเที่ยว	1.พักผ่อนตามหมู่เกาะ 57.45 % 2.พักผ่อนตามน้ำพุร้อน 31.99% 3.พักผ่อนในเมือง 13.01% 4.พักผ่อนเล่น Golf 6.83%
9	สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	1.โรงแรม 59.32 % 2. มีการบันเทิง 46.58% 3.ความสะดวกในการขอวีซ่า 45.96%
10	ต้องการการบริการอะไรบ้างจากบริษัททัวร์	1.ตัวเครื่องบินและจองโรงแรม 66.77% 2.วีซ่า 63.04% 3.รับส่งสนามบิน 40.62% 4.มัคคุเทศก์ 25.47%
11	ของที่ชอบซื้อมากที่สุด	1.น้ำหอม 37.58% 2.เสื้อผ้า 27.64% 3.เพชรพลอย นาฬิกา 22.36% 4.เครื่องใช้ไฟฟ้า 9.32% 5.อุปกรณ์การกีฬา 7.76%
12	แหล่งซื้อของที่คนจีนอยากไปมากที่สุด	1.ยุโรป 33.23% 2.ฮ่องกง 32.61% 3.ญี่ปุ่น,อเมริกา 18.32% 4.สิงคโปร์ 7.14 %

ลำดับ	คำถาม	สัดส่วน
13	ความพึงพอใจต่อบริษัททัวร์	1.พอใจ 65.84 % 2.เฉยๆ 23.91 % 3.ไม่พอใจ 1.24% <u>เพราะ</u> 1.จัดโปรแกรมไม่ดี ใช้เวลามากในการเดินทางบนรถ 2.ราคาแพงไป 3.มัคคุเทศก์อธิบายไม่ดี 4.ของที่ซื้อด้วยคุณภาพ 5.ที่พัก อาหารไม่ดี 6.ขาดความรู้เกี่ยวกับเป้าหมายที่จะไป

ที่มา: www.lxsmmedia.com/showart.asp?id=1898&showpage=4 อ้างถึง กระทรวงการท่องเที่ยวของจีน

8) ประเทศที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมเที่ยว

ในปี 2531 รัฐบาลจีนได้มีข้อตกลงกับเขตปกครองพิเศษ ฮองกงและมาเก๊า อนุญาตให้คนจีนแผ่นดินใหญ่ไปเที่ยวได้ และไทยเป็นประเทศแรกที่มีข้อตกลงกับรัฐบาลจีนอนุญาตให้นักท่องเที่ยวจีนมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ โดยในปี 2550 ประเทศหรือเขตการปกครองที่เปิดให้นักท่องเที่ยวจีนไปท่องเที่ยวได้จำนวน 134 ประเทศหรือเขตการปกครอง

เป็นเวลากว่า 20 ปีแล้ว ประเทศหรือภูมิภาคที่คนจีนนิยมไปท่องเที่ยวมากที่สุดยังคงเป็นเอเชียโดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากตัวเลข ปี 2548 คนจีนไปท่องเที่ยวเอเชียถึง 27.75 ล้านคน ไปท่องเที่ยวยุโรป 1.18 ล้านคน ปี 2549 นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวเอเชียถึง 30.26 ล้านคน ไปยุโรปถึง 1.9 ล้านคน⁴ จะเห็นได้ว่าภูมิภาคเอเชียยังคงเป็นเป้าหมายหลักที่คนจีนไปท่องเที่ยวและในขณะเดียวกันคนจีนนิยมไปท่องเที่ยวยุโรปเพิ่มมากขึ้น

ในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น ประเทศหรือเขตปกครองที่คนจีนนิยมไปท่องเที่ยวมากที่สุดได้แก่ฮองกง มาเก๊า ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา คนจีนนิยมไปท่องเที่ยวเวียดนาม และฟิลิปปินส์มากขึ้น

⁴ [http:// www.lxsmmedia.com/showart.asp?id=1898&showpage=4](http://www.lxsmmedia.com/showart.asp?id=1898&showpage=4)

ในสองสามปีที่ผ่านมาประเทศเวียดนาม ได้ใช้กลยุทธ์ต่างๆ ดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากกวาสีให้ไปท่องเที่ยวเวียดนามมากขึ้น เพราะเวียดนามกับกวาสีมีชายแดนติดกัน สามารถนั่งรถไฟระหว่างประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวเวียดนามได้ และไม่จำเป็นต้องทำวีซ่า แค่อัตราประชาชนจีนก็ขอวีซ่าชั่วคราวที่ด่านศุลกากรได้ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่าย

ฟิลิปปินส์ก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมไป ด้วยเหตุผลสองประการ ประการแรกนักท่องเที่ยวจีนที่เคยมาประเทศไทยแล้ว อยากเปลี่ยนบรรยากาศไปเที่ยวฟิลิปปินส์บ้าง ประการที่สองฟิลิปปินส์ยังมีเสน่ห์ มีสิ่งที่คนจีนอยากไปค้นพบอีกมาก

สำหรับกรณีประเทศไทยนั้น ผลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 66 ราย พบว่าร้อยละ 89.39 มีสัญชาติจีน ที่เหลือไม่ระบุสัญชาติ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 53.03 เป็นเพศหญิง อายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 65.15 อยู่ในช่วง 25-44 ปี และร้อยละ 22.73 มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ที่เหลือร้อยละ 12.12 มีอายุน้อยกว่า 25 ปี โดยรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 78.79 อยู่ระหว่าง 3,001- 5,001 ขึ้นไป และร้อยละ 19.70 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,000-3,000 หยวน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 39.39 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รองลงมาร้อยละ 19.70 เป็นเจ้าของกิจการ และร้อยละ 7.58 เป็นคนที่เกษียณอายุแล้ว ส่วนที่เหลือเป็นแม่บ้าน นักเรียน/นักศึกษา และอื่นๆ เท่ากันที่ร้อยละ 6.06

ในส่วนของการประกอบการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยพบว่าร้อยละ 74.24 มาเป็นครั้งแรก และร้อยละ 13.64 มาเป็นครั้งที่สอง มีจำนวนน้อยเคยมาครั้งที่สามหรือครั้งที่สี่ นอกจากประเทศแล้ว นักท่องเที่ยวยังชอบไปประเทศในแถบเอเชีย ร้อยละ 56.06 ระบุว่าอยากเที่ยวเอเชีย อีกร้อยละ 43.94 ยังไม่รู้จะเดินทางไปเที่ยวประเทศใดต่อ

หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยวเป็นสื่อที่ดี มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว พบว่าร้อยละ 42.42 ทราบข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยวในระดับมาก

นักท่องเที่ยวจีนส่วนมากเดินทางเป็นหมู่คณะ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 77.27 เห็นว่าชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวโดยซื้อโปรแกรมจากบริษัททัวร์จีนในระดับมาก ในขณะที่ร้อยละ 9.09 เห็นว่าซื้อโปรแกรมจากบริษัททัวร์ไทยในระดับมาก และเดินทางคนเดียวนั้นน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 12.12 เท่านั้น

นักท่องเที่ยวร้อยละ 46.97, 51.52, 28.79 และ 46.97 นิยมท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน พระราชวัง, ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น ศึกษาธรรมชาติ ชมอุทยานแห่งชาติ, ผจญภัย เช่น ปีนเขา ไรด์ตัว ล่องแก่ง และด้านสุขภาพ เช่น นวดแผนโบราณหรือใช้บริการโรงพยาบาลรักษาโรคในระดับมาก ตามลำดับ และร้อยละ 60.61 เห็นว่ามีความเป็นไปได้มากที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งดังตารางต่อไปนี้

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจีนที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่าร้อยละ 66.67 นักท่องเที่ยวส่วนมากชื่นชมความสวยงามของทัศนียภาพและความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว คิดว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมาก ขณะที่ร้อยละ 53.03 เห็นว่าการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวดีมาก และร้อยละ 60.61 พึงพอใจกับการต้อนรับของเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวมาก ส่วนด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ร้อยละ 43.94 เห็นว่าสะอาดมาก ร้อยละ 37.88 เห็นว่าปานกลางและร้อยละ 7.58 เห็นว่ามีความสะอาดน้อย ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 48.48 เห็นว่าสะดวกมาก ร้อยละ 37.88 เห็นว่าปานกลางและมีเพียงร้อยละ 4.55 เห็นว่ามีความสะดวกน้อย ขณะที่ร้อยละ 53.03 เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดระเบียบป้ายข้อมูลและป้ายที่สื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวไว้เหมาะสมในระดับมาก และร้อยละ 34.85 เห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 59.09 มีความพึงพอใจโดยรวมในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในระดับมาก และร้อยละ 31.82 มีความพึงพอใจในปานกลาง (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย

รายการ	ระดับ (ร้อยละ)			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่แสดงความ คิดเห็น
ความสวยงามของทัศนียภาพและความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	66.67	27.27	-	6.06
การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวดีมากแค่ไหน	53.03	33.33	4.55	9.09
ท่านพึงพอใจกับการต้อนรับของเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวมากแค่ไหน	60.61	27.27	-	12.12
แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความสะอาดมากน้อยแค่ไหน	43.94	37.88	7.58	10.6
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีมากน้อยแค่ไหน	48.48	37.88	4.55	9.09
แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดระเบียบป้ายข้อมูลและป้ายที่สื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวไว้เหมาะสมแค่ไหน	53.03	34.85	-	12.12
ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมในการเดินทางไปเที่ยวมากน้อยแค่ไหน	59.09	31.82	-	9.09

ที่มา : จากแบบสัมภาษณ์

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยพบว่า การเลือกบริษัททัวร์ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 74.24 และ 81.82 เห็นว่าให้ความสำคัญกับชื่อเสียง

ของบริษัท และความรู้ความสามารถของไค้ในการบรรยายในระดับมาก ขณะที่ร้อยละ 75.75 มีความพึงพอใจกับการบริการของพนักงานในระดับมาก ด้านของราคาร้อยละ 63.64 เห็นว่าบริษัททัวร์ที่เลือกใช้บริการมีการตั้งราคาเหมาะสมในระดับมาก และร้อยละ 72.73 เห็นว่าบริษัททัวร์ที่เลือก สามารถสร้างความประทับใจให้กับพวกเขาได้ในระดับมาก ในขณะที่ร้อยละ 69.70, 69.70 และ 69.70 เห็นว่าบริษัททัวร์ที่ใช้บริการ มีการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเพียงพอ มีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ดี และบริการนำเที่ยวตรงตามโปรแกรมที่กำหนดไว้ในระดับมาก ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน

รายการ	ระดับ (ร้อยละ)			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น
ในการเลือกบริษัททัวร์ ท่านให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของบริษัทมากแค่ไหน	74.24	16.67	3.03	6.06
ท่านมีความพึงพอใจกับการบริการของพนักงานมากแค่ไหน	75.75	13.64	-	10.61
ท่านให้ความสำคัญกับความรู้ความสามารถของไค้ในการบรรยายมากแค่ไหน	81.82	10.61	-	7.57
ท่านคิดว่าบริษัททัวร์ที่ท่านเลือกตั้งราคาเหมาะสมมากแค่ไหน	63.64	22.73	-	13.63
บริษัททัวร์ที่ท่านเลือก สามารถสร้างความประทับใจให้กับท่านได้มากแค่ไหน	72.73	16.67	-	10.6
บริษัททัวร์ที่ท่านใช้บริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวกับท่านเพียงพอแค่ไหน	69.70	19.70	-	10.6
ท่านคิดว่าบริษัทที่ใช้บริการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ดีแค่ไหน	69.70	18.18	-	12.12
บริษัททัวร์ที่ท่านใช้บริการนำเที่ยวตรงตามโปรแกรมที่กำหนดไว้แค่ไหน	69.70	13.64	-	16.66

ที่มา : จากแบบสัมภาษณ์

1.2 ด้านอุปทานการท่องเที่ยว

1) การประชาสัมพันธ์ของบริษัทนำเที่ยว

ในปี 2550 ทั่วประเทศจีนมีบริษัทนำเที่ยว จำนวน 22,387 บริษัท เป็นบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้นำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวต่างประเทศแบบหมู่คณะได้ จำนวน 797 บริษัท มณฑลที่บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนและร่วมทุนมากที่สุด คือ กวางตุ้งจำนวน 121 บริษัท ปักกิ่ง 69 บริษัท มณฑลเจ้อเจียง 58 บริษัท เซี่ยงไฮ้ 40 บริษัท และมณฑลเจียงซู 40 บริษัท ⁵

ตารางที่ 6 มณฑลที่บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนและร่วมทุนมากที่สุด

มณฑล	จำนวน
กวางตุ้ง	121
ปักกิ่ง	69
เจ้อเจียง	58
เซี่ยงไฮ้	40
เจียงซู	40

ซึ่งบริษัทเหล่านี้มีวิธีการประชาสัมพันธ์หลายวิธี หลากกลยุทธเพื่อชักชวน ดึงดูดลูกค้า นอกจากวิธีประชาสัมพันธ์แบบวิธีเก่าๆ แล้ว เช่น โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุแล้ว บริษัทได้สร้างเว็บไซต์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่ใช้ Internet โดยจะเชื่อมโยงกับหน่วยงานต่างๆ เช่น สายการบิน โรงแรม เป็นต้น ซึ่งเว็บไซต์ www.21cn.com และ www.mytrip.21cn.com เป็นเว็บไซต์ที่มีคนเข้าชมมากที่สุดเว็บไซต์หนึ่ง มีประกาศโปรแกรมต่างๆ ที่น่าสนใจ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ติดชมการให้บริการของบริษัทและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งโปรแกรมที่บริษัทจัดว่ามีความเหมาะสมมากน้อยเพียงไร

วิธีการส่งข้อความผ่านมือถือ หรือ SMS มีความคล่องตัว รวดเร็ว สามารถเก็บข้อความไว้ได้และสามารถส่งต่อให้เพื่อน ดันทุนต่ำ กลายเป็นวิธีที่นิยมมากที่สุดวิธีหนึ่งที่บริษัทนำเที่ยวใช้กับลูกค้าเก่าของบริษัท ซึ่งการจัดงานแถลง หรือประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวใหม่หรือโปรแกรมพิเศษก็เป็นวิธีหนึ่งที่บริษัทนำเที่ยวใหญ่ๆ นิยมใช้เช่นกัน

⁵ [http:// www.lxsmmedia.com/showart.asp?id=1898&showpage=4](http://www.lxsmmedia.com/showart.asp?id=1898&showpage=4)

ปี 2546 รัฐบาลจีนอนุญาตให้บริษัทต่างชาติร่วมทุนกับบริษัทจีน หรือทุนต่างชาติทั้งหมด มาตั้งบริษัทใหม่ที่ประเทศจีนได้ และปี 2550 อนุญาตให้บริษัทต่างชาติตั้งสาขาในจีนได้ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมปี 2550 นักลงทุนจากฮ่องกง ได้หัน มาเก่า ได้ตั้งบริษัทใหม่ที่หรือตั้งสาขาใน กวางตุ้ง กวางสี หูหนาน ไหหลำ สกเจี้ยน เจียงซี หยุนหนานและกุ้ยโจว รวม 8 มณฑล บริษัทนำเที่ยวจีนร่วมมือกับบริษัทต่างชาติ ได้จัดงานสัปดาห์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวจีน เพื่อให้บริการการท่องเที่ยว ยังเป็นการเปิดเสรีมากขึ้น

การใช้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เช่น ปี 2549 ครบรอบ 50 ปี แห่งการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างจีนกับอียิปต์ สถานทูตอียิปต์ประจำกรุงปักกิ่งได้ร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวของจีนจัดงานสัปดาห์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวอียิปต์ แนะนำอาหาร แหล่งท่องเที่ยว การฉายภาพยนตร์ การเดินระบำพื้นเมือง เป็นต้น ทำให้มีนักท่องเที่ยวจีนไปท่องเที่ยวอียิปต์ 65,000 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับปี 2548 นอกจากนี้ ประเทศญี่ปุ่น เกาหลี เซอร์เบีย ก็จัด Road Show เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน เช่นเดียวกัน

สำหรับประเทศไทย หน่วยงานราชการหลายหน่วยงาน เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จัดงานสัปดาห์วัฒนธรรมไทยที่เมืองซีอัน กระทรวงพาณิชย์จัดงานสัปดาห์ผลไม้ไทยที่ นครเซี่ยงไฮ้ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนจีนรู้จักประเทศไทยมากขึ้น

2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับซัพพลายเออร์

บริษัทนำเที่ยวมีอำนาจต่อรองกับสายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร และรถนำเที่ยว สูง เนื่องจากว่าประเทศจีนมีหลายสายการบิน เช่น Air China , China Southern , China Eastern , China Southeastern , China Northwest เป็นต้น นอกจากสายการบินแล้ว ยังมีรถไฟที่ทันสมัยและสะดวก รวดเร็ว โรงแรม ร้านอาหาร และรถนำเที่ยวอีกจำนวนมาก ดังนั้น บริษัทนำเที่ยวจึงมีอำนาจในการต่อรองสูง และซัพพลายเออร์มีอำนาจในการต่อรองน้อย

3) โครงสร้างของธุรกิจ

ในปี 2549 ประเทศจีนมีบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด 18,475 บริษัท เป็นบริษัทนำเที่ยวระหว่างประเทศ 1,688 บริษัท และบริษัทนำเที่ยวภายในประเทศ 16,787 บริษัท สินทรัพย์รวมบริษัท มีมูลค่า 48,480 ล้านหยวน ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 โครงสร้างบริษัทนำเข้าในปะเทศจีน

ประเภทบริษัท	จำนวนบริษัท	สัดส่วนตามจำนวน (%)	สัดส่วนตามจำนวนพนักงาน (%)	สัดส่วนตามสินทรัพย์ (%)	สัดส่วนตามรายได้ (%)
บริษัทนำเข้าระหว่างประเทศ	1,688	9.14	37.65	68.74	65.32
บริษัทนำเข้าภายในประเทศ	16,787	90.86	62.35	31.26	34.68
รวม	18,475	100	100	100	100

ที่มา : สถิติทุนต่างชาติ กระทรวงพาณิชย์

ปี 2550 มีบริษัทนำเข้า จำนวน 22,387 บริษัท เป็นบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้นำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวต่างประเทศแบบหมู่คณะได้ จำนวน 797 บริษัท โดยต่างชาติเข้าไปตั้งบริษัทนำเข้าในจีนไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจากฮ่องกง มาเก๊า โดยในปี 2546 จีนอนุญาตให้บริษัทต่างชาติถือหุ้นในบริษัทนำเข้าของจีนได้ และในปี 2548 อนุญาตให้ต่างชาติไปตั้งบริษัทนำเข้าในจีนได้ แต่เนื่องจากในอดีตบริษัทนำเข้าของจีนเป็นของรัฐบาล มีขนาดใหญ่และมีสาขามากตามเมืองต่างๆ ทั่วประเทศ แม้ว่าต่อมาจะมีการปฏิรูปเป็นบริษัทจำกัดแล้วก็ตาม แต่บริษัทจีนยังคงมีขนาดใหญ่ มีมัลติเทศก์ และพนักงานจำนวนมาก มีแผนกต่างๆ ครบถ้วน และมีเครือข่ายทั่วประเทศ เช่น บริษัท China international travel service (CITS) มีสำนักงานใหญ่ที่ใหญ่มาก และมีสาขาทั่วประเทศ หรือ บริษัท China travel service (CTS) ก็เช่นเดียวกันมีสาขาทั่วประเทศ ซึ่งบริษัทเหล่านี้สามารถผูกขาดตัวเครื่องบิน เนื่องจากเมื่อได้ตัวจำนวนมาก ราคาจะถูกกว่าบริษัทเล็กๆ ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจีนเป็นประเทศที่อาศัยสายสัมพันธ์ ทำให้บริษัทต่างชาติที่เข้าไปเข้าถึงลูกค้าจีนได้ยากขึ้น

4) การเข้าสู่ตลาดของบริษัทนำเข้าใหม่

จีนเปิดโอกาสให้ต่างชาติเข้าไปก่อตั้งบริษัทนำเข้าในจีนได้ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของการเปิดประเทศ ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวของจีน กรมการท่องเที่ยวและกระทรวงพาณิชย์ได้แก้ไขเพิ่มเติมกฎระเบียบเกี่ยวกับการจัดตั้งบริษัททัวร์ที่ต่างชาติถือหุ้นหรือทุน

ต่างชาติ ให้มีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่า 2.5 ล้านหยวน สำหรับการก่อตั้งบริษัทนำเที่ยวในจีน ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่า 1.5 ล้านหยวน และต้องมัดจำหรือมีทุนค้ำประกันที่วางไว้กับการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 6 แสนหยวน แต่เนื่องจากในปัจจุบันมีบริษัทนำเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง ฉะนั้นบริษัทรายใหม่ค่อนข้างจะกลุ่มลูกค้าได้ยาก ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคที่ใหญ่ที่สุดสำหรับบริษัทรายใหม่

5) ปัจจัยด้านการผลิต

ในประเทศจีน มหาวิทยาลัยต่างๆ เปิดสอนการท่องเที่ยว และการโรงแรมเป็นวิชาเอกจำนวนมาก นอกจากนี้แล้วคณะภาษาต่างประเทศจะมีการเปิดสอนภาษาต่างประเทศ เช่น ในประเทศจีนจะมีมหาวิทยาลัยปักกิ่ง มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศปักกิ่ง มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศฮั่วหยาน มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศเซี่ยงไฮ้ มหาวิทยาลัยหยุนหนาน มหาวิทยาลัยชนชาติหยุนหนาน มหาวิทยาลัยชนชาติกวางซี มหาวิทยาลัยการค้าต่างประเทศและภาษาต่างประเทศกวางตุ้ง เป็นต้น เปิดสอนภาษาไทย แต่ละปีมีคนจบภาษาไทยเกือบ 10,000 คน ซึ่งนักศึกษาเหล่านี้พูดภาษาไทยได้ดีมากและมีความรู้เกี่ยวกับประเทศจีน และได้ไปฝึกงานที่บริษัทนำเที่ยว ดังนั้น เมื่อจบการศึกษามีนักศึกษาจำนวนไม่น้อยเลือกที่จะประกอบอาชีพเป็นมัคคุเทศก์ ซึ่งส่วนมากจะไม่ได้รับเงินเดือนจากบริษัทนำเที่ยว แต่บริษัทจะรับผิดชอบทำประกันสังคม ประกันสุขภาพให้ โดยรายได้หลักของมัคคุเทศก์ จะมาจากค่าคอมมิชชั่นและทิป จากการซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวของลูกค้า ซึ่งมีรายได้ประมาณ 10,000 หยวนต่อเดือน ถือได้ว่าเป็นอาชีพที่มีรายได้ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับค่าจ้างพนักงานที่ประมาณ 2,000-3,000 หยวนต่อเดือน ที่ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง

6) อุตสาหกรรมสนับสนุน

จีนได้พัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น การคมนาคมทางบก สายการบิน การบิน โรงแรม ร้านอาหาร และแหล่งช้อปปิ้ง เป็นต้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

ร้านอาหารทุกแห่งมีขนาดใหญ่โต กว้างขวาง การตกแต่งก็สวยงาม อาหารก็มีหลากหลายรูปแบบ มีอาหารพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อมากมาย และราคาก็ไม่แพงมากนัก

ในเมืองใหญ่ๆ ที่เป็นเมืองท่องเที่ยว มีโรงแรมเป็นจำนวนมาก ทั้งโรงแรมหรูหราระดับ 5 ดาว ของต่างชาติ และโรงแรมของประเทศจีนเองไม่ว่าจะเป็นโรงแรมของรัฐบาลหรือโรงแรมของเอกชน ดังนั้นราคาที่พักรู้สึกไม่แพงมากนัก

รถยนต์ที่มีความหลากหลายให้เลือก ในประเทศจีนมีโรงงานผลิตรถยนต์ยี่ห้อหลายบริษัท รถยนต์ยี่ห้อที่นิยมใช้กันมากคือรถยนต์ยี่ห้อที่ผลิตในเมืองฮกเกี้ยนซึ่งมีความทันสมัยและที่สำคัญที่สุดคือราคาถูกและมีทุกขนาดเพื่อสนองความต้องการของบริษัทนำเข้าได้

ภาพที่ 1 ย่านช้อปปิ้งในมหานครเซี่ยงไฮ้ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวต่างชาติ



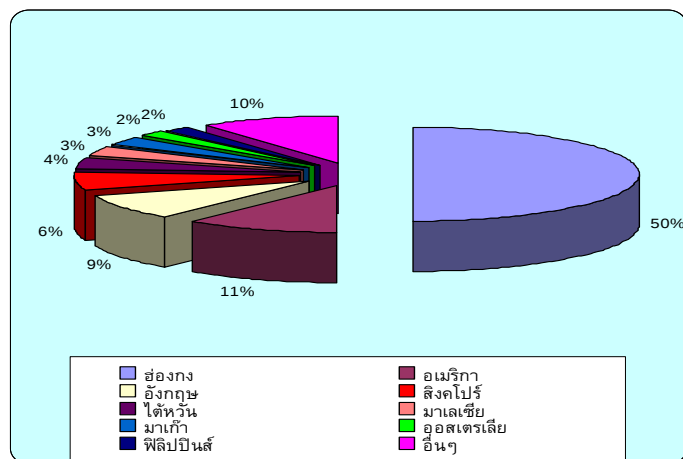
ภาพที่ 2 ห้างสรรพสินค้าชั้นนำที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวในมหานครเซี่ยงไฮ้



7) การส่งเสริมการตั้งบริษัททัวรัของทุนต่างชาติในจีน

ในปี 2549 ต่างชาติเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด 3,347 โครงการ ด้วยเงินทุนจดทะเบียน 12,721 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เงินลงทุนจริง 7,279 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแหล่งเงินทุนต่างประเทศมาจากประเทศและเขตต่างๆ รวม 27 ประเทศ ซึ่งประเทศที่มีมูลค่าการลงทุนสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ฮองกง อเมริกา อังกฤษ สิงคโปร์ และไต้หวัน คิดเป็นร้อยละ 50 11 9 6 และ 4 ของมูลค่าเงินลงทุนทั้งหมด ตามลำดับ (ภาพที่ 3)

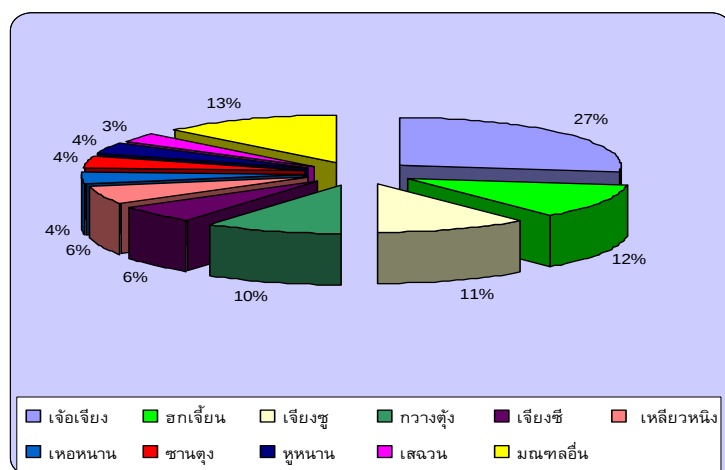
ภาพที่ 3 สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจีน ปี 2549



ที่มา : สถิติทุนต่างชาติ กระทรวงพาณิชย์

โดยมณฑลที่ต่างชาตินำเงินไปลงทุนมีมูลค่ามากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เจ้อเจียง สกเจี้ยน เจียงซู กวางตุ้ง คิดเป็นร้อยละ 27 12 11 และ 10 ตามลำดับ เจียงซีและเหอหนาน มีสัดส่วนเท่ากันที่ร้อยละ 6 (ภาพที่ 4)

ภาพที่ 4 สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในมณฑลต่างๆ ของจีน ปี 2549



ที่มา : สถิติทุนต่างชาติ กระทรวงพาณิชย์

2. กฎ ระเบียบ และขั้นตอนทางกฎหมายของการลงทุนธุรกิจนำเที่ยว

2.1 การเปิดตลาดภายใต้พันธกรณีระหว่างประเทศ

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

- บริการการเดินทางและจองที่พักให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือนักท่องเที่ยวจีน โดยอาจติดต่อกับโรงแรม หรือผู้ให้บริการยานพาหนะนั้นๆ โดยตรง
- บริการจัดทัวร์ภายในประเทศจีนให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือนักท่องเที่ยวจีน
- บริการรับเงินเช็คเดินทางภายในประเทศจีน

สาระสำคัญของข้อตกลงมีดังนี้

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

เปิดให้ทำได้โดยไม่มีเงื่อนไข

Mode 3 (Commercial Presence)

เปิดเสรีอย่างเป็นทางการขั้นตอนหลังจากเข้า WTO ดังนี้

- ในระยะ 3 ปีแรก (2544-2547) จีนยังมีข้อจำกัดสำหรับผู้ลงทุนต่างชาติหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการถือหุ้น คุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจ และเมืองที่สามารถทำธุรกิจ โดยผู้ประกอบการต่างชาติสามารถประกอบธุรกิจโดยร่วมทุนกับคนจีนเท่านั้น ต้องมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 4 ล้านหยวน มีรายได้ต่อปีมากกว่า 40 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และทำธุรกิจได้ในปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว และชิอัน เท่านั้น

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

- ตั้งแต่ 2550 เป็นต้นไป⁶ จีนตกลงจะยกเลิกข้อจำกัดทั้งหมด โดยต่างชาติสามารถถือหุ้นในธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยวได้ถึง 100% หรือร่วมทุนกับคนจีนโดยถือหุ้นมากกว่า 25% ทำธุรกิจได้ทั่ว

⁶ แม้ว่าจีนจะตกลงยกเลิกข้อจำกัดข้างต้นในปี 2550 แต่ปฏิบัติจริงตามพันธกรณีเมื่อปี 2552

ประเทศ มีสาขาได้ และมีทุนจดทะเบียนเท่ากับที่กำหนดให้กับบริษัทจีน แต่ยังไม่สามารถทำธุรกิจ นำนักท่องเที่ยวจีนไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (รวมถึงฮ่องกง มาเก๊า และไทเป) ได้

Mode 4 (Movement of Natural Persons)

จีนยอมให้บุคลากรต่างชาติเข้ามาทำงานในบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวได้เท่ากับที่ผูกพันใน horizontal commitment คือ ยอมให้ในกรณีการโยกย้ายผู้บริหารภายในบริษัทระหว่างสาขา โดยให้เข้ามาชั่วคราวในขั้นต้นไม่เกิน 3 ปี

2.2 กฎระเบียบและขั้นตอนทางกฎหมายภายในประเทศ

รัฐบาลจีนมีการออกกฎระเบียบเพื่อกำกับดูแลผู้ประกอบการตัวแทนท่องเที่ยวฉบับใหม่ เมื่อเดือนพฤษภาคม 2552⁷ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อผูกพันใน WTO ที่จะยกเลิกข้อจำกัดในการตั้งบริษัทท่องเที่ยวในจีนทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นข้อจำกัดในการถือหุ้นและทุนจดทะเบียน ข้อกำหนดเกี่ยวกับผลประกอบการ หรือเมืองที่ตั้งของสถานประกอบการ แต่ยังมีข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ outbound บางประการอยู่ สารสำคัญของกฎระเบียบดังกล่าวสรุปได้ดังนี้

1) การลงทุนในธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยวของต่างชาติ

นักลงทุนต่างชาติสามารถเข้ามาประกอบธุรกิจตัวแทนนำเที่ยวในจีนโดยเป็นเจ้าของ 100% หรืออาจร่วมทุนกับคนจีนก็ได้ โดยยกเลิกข้อกำหนดในกฎระเบียบฉบับเก่าเมื่อปี 2548 ที่ว่าบริษัทต่างชาติจะต้องมีรายได้ต่อปีเกิน 40 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 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)

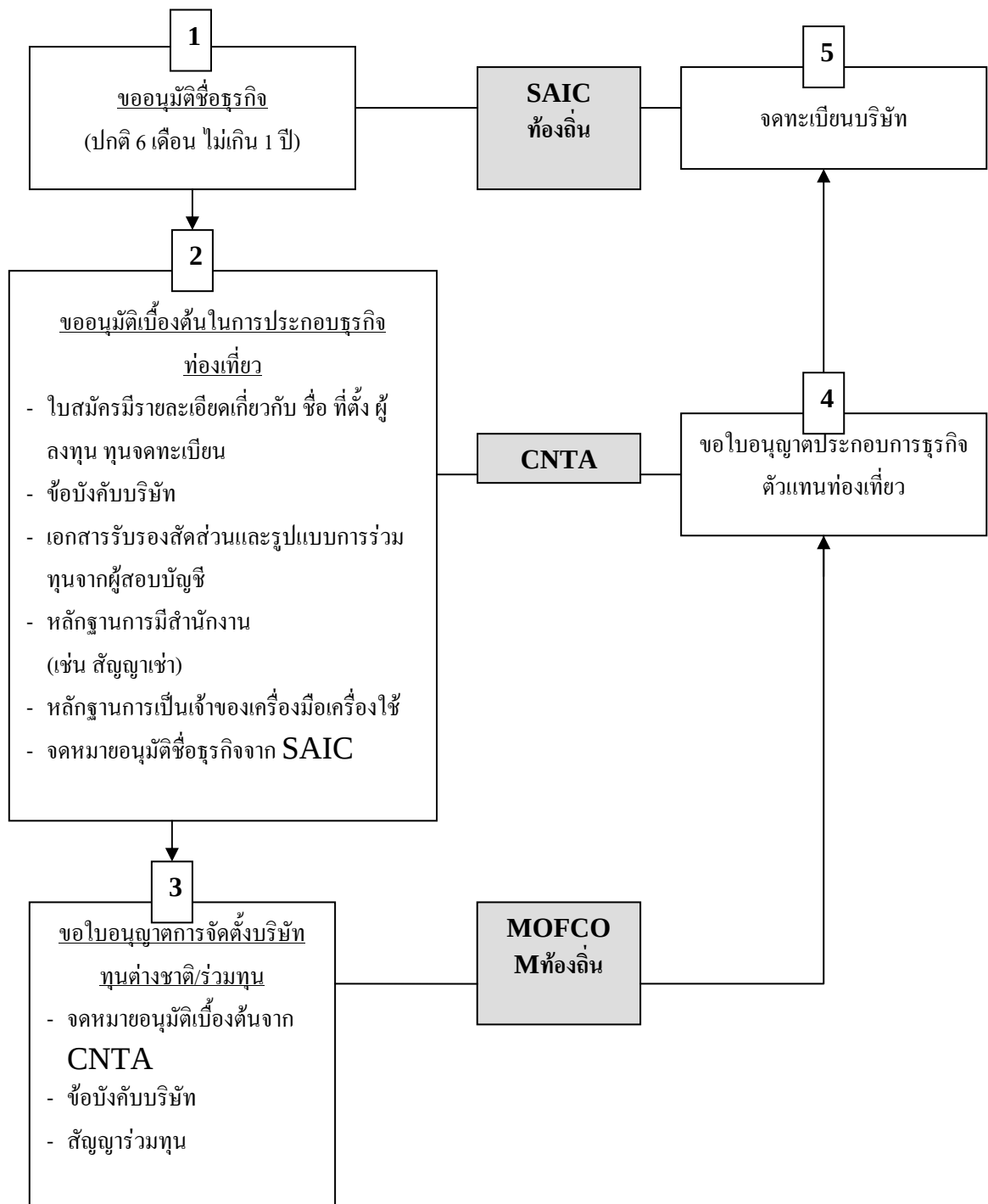
⁷ Regulations on the Management of Travel Agencies, 2009 ออกโดย State Council of the People's Republic of China ("PRC") และ China National Tourism Administration (the "CNTA")

2) ลักษณะของบริการที่อนุญาตให้ตัวแทนท่องเที่ยวต่างชาติ/ร่วมทุน

- 1) ทุกบริษัทสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวภายในประเทศจีน (domestic tourism) ได้
- 2) ทุกบริษัทสามารถบริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงนักท่องเที่ยวจากฮ่องกง มาเก๊า และไทเป ในการท่องเที่ยวภายในประเทศจีน (inbound tourism) ได้
- 3) บริษัทที่ประกอบการมาแล้วมากกว่า 2 ปี สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจีน ในการไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ รวมถึงฮ่องกง มาเก๊า และไทเป (outbound investment) ได้

3) ขั้นตอนการขอจัดตั้งบริษัท

ในการขอจัดตั้งบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นกรณีทุนต่างชาติ หรือร่วมทุน ผู้ลงทุนจะต้องติดต่อ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและในระดับท้องถิ่น ได้แก่ องค์กรบริหารอุตสาหกรรมและพาณิชย์ประจำท้องถิ่น (State Administration for Industry and Commerce : SAIC) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (China National Tourism Administration : CNTA) และ กระทรวงพาณิชย์ประจำท้องถิ่น (Local Agency of Ministry of Commerce) โดยสรุปขั้นตอนได้ตามแผนภาพดังนี้



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

กฎระเบียบฉบับใหม่ ยกเลิกการห้ามมีสาขาของบริษัทตัวแทนนำเที่ยวต่างชาติ/ร่วมทุน โดยบริษัทที่ประสงค์จะมีสาขา สามารถจดทะเบียนกับ SAIC ประจำท้องถิ่นได้โดยตรง และขึ้นทะเบียนกับ CNTA ไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูล โดยที่สาขานั้นๆ จะต้องไม่มีการดำเนินธุรกิจที่เกินขอบเขตไปจากบริษัทแม่ สำหรับการตั้งเครือข่ายการให้บริการ สามารถทำได้ใน

มณฑลที่บริษัทแม่ตั้งอยู่เท่านั้น โดยใช้วิธีจดทะเบียนเช่นเดียวกันกับการเปิดสาขา สำนักงานตัวแทนสามารถรับลูกค้าและทำสัญญากับลูกค้าในนามของบริษัทแม่ได้ 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 หยวนสำหรับแต่ละสาขา 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

3. วิเคราะห์ศักยภาพและความน่าลงทุนในตลาดจีนของธุรกิจนำเที่ยว

ศักยภาพตลาดของจีนในธุรกิจนำเที่ยว ที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันบริษัทไทยมีโอกาสมและมีศักยภาพตลาดจีนค่อนข้างสูง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

เงื่อนไขด้านอุปสงค์

- เนื่องจากประเทศจีนมีประชากรมาก และรายได้ของประชาชนจีนเพิ่มมากขึ้น จึงมีแนวโน้มความต้องการมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้เนื่องจากค่านิยม

เปลี่ยนไป โดยเฉพาะค่านิยมของการไปเที่ยวต่างประเทศ ประกอบกับมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศจึงมีเพิ่มมากขึ้น (ดังตารางที่ 2.88)

- ชาวจีนมีรายได้มากพอที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในไทยได้ รายได้ของประชาชนจีนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปี 2007 GDPต่อหัวอยู่ 2280 เหรียญสหรัฐฯ จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวไทยนั้นร้อยละ 28.79 มีรายได้อยู่ที่ 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

- ชาวจีนให้การยอมรับการบริการนำเที่ยวของไทยมาก ประเทศไทยกับประเทศจีนเป็นประเทศบ้านใกล้เรือนเคียงกัน มีความสัมพันธ์กันมายาวนาน ประเทศไทยก็เป็นประเทศแรกๆที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้ประชาชนมาท่องเที่ยว จากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวไทยพบว่าร้อยละ 74.24 เดินทางมาท่องเที่ยวในไทยเป็นครั้งแรก แสดงว่ายังมีโอกาสสูงมากที่ชักชวนนักท่องเที่ยวเหล่านี้มาท่องเที่ยวเป็นครั้งต่อไปได้ ทั้งนี้ร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวแสดงความตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวไทยอีก

จากการวิเคราะห์เห็นได้ว่าปัจจุบันนี้ชาวจีนมีรายได้สูงขึ้นและมีแนวโน้มไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ชาวจีนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัจจัยการผลิต

- แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีมาก ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและมีความหลากหลาย จากการสำรวจพบว่าร้อยละ 46.97 ของนักท่องเที่ยวสนใจแหล่งวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน และพระราชวัง ร้อยละ 44 สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ร้อยละ 30 สนใจนวดแผนไทย บริการสุขภาพ และบริการโรงพยาบาล และร้อยละ 19 สนใจการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ปีนเขา ไรด์ตัว ล่องแก่ง เป็นต้น

ตัวเลขแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย จึงสามารถสนองความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวได้

อุตสาหกรรมสนับสนุน

- ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของชาติ ในเมืองใหญ่ๆ เช่น กรุงเทพมหานครหรือเมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ภูเก็ต พัทยา เกาะสมุยเป็นต้น ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย มีรีสอร์ท โรงแรม ร้านอาหาร เป็นจำนวนมาก และมีทุกระดับ การแสดง การซื้อของก็มีเอกลักษณ์ของไทย นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกตามความต้องการค่อนข้างสูง

จากการวิเคราะห์ เห็นได้ว่าประเทศไทยมีอุตสาหกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และอุตสาหกรรมบริการของไทยก็มีชื่อเสียง

นโยบายของรัฐ

- รัฐบาลมีนโยบายที่เป็นการกระตุ้น ส่งเสริมธุรกิจนำเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น มีการฝึกอบรมพนักงานด้านนำเที่ยว มีสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งเปิดหลักสูตรอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้นักศึกษาวิชาเอกการท่องเที่ยวเลือกเรียนวิชาภาษาต่างประเทศ รวมถึงวิชาภาษาจีน นักศึกษาเหล่านี้จบมาแล้วสามารถมีวิชาชีพเป็นไค้ ได้ นอกจากนี้ ยังมีคนกลุ่มหนึ่งสามารถพูดภาษาจีนได้ดี ผ่านการอบรมก็สามารถเป็นไค้ ได้ ซึ่งขณะนี้มหาวิทยาลัยหลายแห่งจัดการอบรมไค้

- ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยมาก สำหรับคนจีนคุ้นเคยกับประเทศไทยเป็นอย่างดี ส่วนหนึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์ที่มีการติดต่อมาช้านาน เป็นประเทศที่เป็นมิตรต่อกัน อีกส่วนหนึ่งคือการส่งเสริมภาพลักษณ์ของรัฐบาลไทย สถานกงสุลประจำประเทศจีนได้จัดงานผลไม้ไทย ศิลปวัฒนธรรมไทยเป็นต้น ได้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยเป็นอย่างดี โดยนำเสนอแคมเปญ “Amazing Thailand” และสินค้าหลัก 7 หมวด (7 Wonders of Amazing Thailand) ในตลาดต่างประเทศ ซึ่งได้แก่

01 Thainess : The World's Friendliness Culture

02 Treasures : Land of Heritage and History

03 Beaches : Sun Surf and Serenity

04 Nature : The Beauty of Natural Wonders

05 Health & Wellness : The Beauty of Wellness and Wellbeing

06 Trends : Your Senses with Unique

07 Festivities: The Land of Year Round Festivities

- ส่งเสริมให้มีการลงทุนในต่างประเทศ โดยการให้ข้อมูล การจัด business matching
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในตลาดต่างประเทศ: เน้นการดำเนินงานให้เกิดกระแสการเดินทางมาไทยตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นการขยายโครงการจากที่เจาะจงตลาดในบางพื้นที่ ไปสู่การดำเนินงานพร้อมๆ กันในหลายตลาดหลักทั่วโลก โดยมีโครงการหลักใน 12 เดือน ดังนี้ (โครงการอาจมีการปรับเปลี่ยนกำหนดเวลาการดำเนินงานอีกครั้งตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ในอนาคต)

โครงการ Visit Thailand Year 2009

โครงการ Amazing Thailand: Friends

โครงการ Lady Paradise

โครงการ Thailand Health & Wellness

โครงการ 72 Hours in Thailand

โครงการ E-Marketing

โครงการ Amazing Thailand: Romancing the Kingdom

โครงการ Amazing Songkran Festival

โครงการ Amazing Thailand: Adrenaline Rush

โครงการ Thailand Travel Mart+ 2009

โครงการ Amazing Thailand: Learn to Love

โครงการ Amazing Thailand Through the Lens

โครงการ Amazing Loy Krathong Festival

จากมาตรการต่างๆของรัฐบาลเห็นได้ชัดเจนว่ารัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการหารายได้เข้าประเทศได้เป็นอย่างดี

แม้บริษัททัวร์มีโอกาสที่จะเข้าตลาดจีน ดึงนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็มีอุปสรรคหรือต้องเผชิญกับคู่แข่งจากประเทศอื่น ซึ่งอุปสรรคที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

การให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของบริษัททัวร์มาก เน้นชื่อเสียงของบริษัททัวร์เป็นอันดับแรก ร้อยละ 77.27 ของนักท่องเที่ยวจีนซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์จีน ขณะเดียวกันร้อยละ 4-5 ซื้อโปรแกรมจากบริษัททัวร์ไทย ร้อยละ 74 ของนักท่องเที่ยวระบุว่าให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของบริษัททัวร์มากที่สุด

การเน้นเรื่องของคุณภาพการบริการมีมาก และเน้นคุณภาพและเน้นราคาที่เหมาะสมคู่กันไป

ตัวเลขจากการสำรวจชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจีนให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของบริษัท ให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ และมักเลือกบริษัททัวร์จีนเป็นส่วนใหญ่

อุปสรรคของสินค้าทดแทน

มีทางเลือกในการเดินทางไปเที่ยวประเทศอื่นมากขึ้น นักท่องเที่ยวจีนส่วนมากซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์จีน บริษัททัวร์จีนมักจะจัดเส้นทาง ไทย - สิงคโปร์- มาเลเซีย แต่ในขณะนี้ประเทศเวียดนาม ฟิลิปปินส์ ก็เป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไป เวียดนามสามารถไปได้หลายทาง นั่งรถไฟระหว่างประเทศก็สะดวกสบาย แลไม่ต้องถือหนังสือเดินทางแค่แสดงบัตรประชาชนก็สามารถเข้าเวียดนามได้

จากการวิเคราะห์ จะเห็นได้ว่าแม้ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมาก แต่กำลังได้รับการทำลาย ประเทศอื่นก็มีมาตรการต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ก็มีโอกาasเป็นไปได้อย่างสูงที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางไปเที่ยวประเทศอื่นมากขึ้น

ความเข้มข้นในการแข่งขัน

ในประเทศจีนมีธุรกิจนำเที่ยวขึ้นดีเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก และเป็นหนึ่งในธุรกิจที่เป็นที่นิยมของนักลงทุนมากที่สุด เนื่องจากไม่ต้องสร้างโรงงาน ไม่ต้องใช้เงินซื้อวัตถุดิบในการผลิต จึงทำให้มีต้นทุนในการทำธุรกิจค่อนข้างต่ำ ดังนั้นบริษัททัวร์จึงมีจำนวนมาก จากตัวเลขในปี 2550 ประเทศจีนมีบริษัททัวร์ถึง 22,387 บริษัท ดังนั้น การแข่งขันจึงมีมาก และต่างคนต่างตัดราคากันเอง ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดทัวร์ศูนย์เหรียญ

มีการแข่งขันเรื่องของคุณภาพการบริการมาก มีการแข่งขันในเรื่องคุณภาพค่อนข้างรุนแรง เน้นเรื่องที่พัก อาหารการกิน และคุณภาพของไกด์ หลังจากสิ้นสุดโปรแกรมทัวร์จะมีการประเมินผลของไกด์ ของบริษัททัวร์ ถ้าเกิดการร้องเรียน รัฐบาลจีนสามารถเพิกถอนใบอนุญาตการนำนักท่องเที่ยวเที่ยวต่างประเทศได้ บริษัททัวร์แต่ละแห่งมีการโฆษณามาก มีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต ผ่านหนังสือพิมพ์ ผ่านข้อความถ้อยมือ ผ่านจดหมายเป็นต้น และมีการร่วมมือกับรัฐบาล สถานทูตประจำประเทศจีนจัดการโฆษณา จัดการแสดงศิลปวัฒนธรรม หรือสัปดาห์วัฒนธรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง

กลยุทธ์และโครงสร้างของธุรกิจ

ธุรกิจนำเที่ยวในจีนมีการร่วมทุนกับชาวต่างชาติก็มากขึ้น ตั้งแต่ปี 2003 ประเทศจีนอนุญาตให้บริษัทต่างชาติตั้งบริษัททัวร์ในจีนได้ และปี 2007 อนุญาตให้บริษัททัวร์ต่างชาติตั้งสาขาในจีนได้ แต่ทุนจดทะเบียนยังสูงอยู่ คืออยู่ที่ 2.5 ล้านหยวน แต่อย่างไรก็ตาม มีบริษัททัวร์ไม่น้อยจากฮ่องกง ไต้หวัน มาเก๊าไปตั้งบริษัททัวร์หรือร่วมทุนกับบริษัททัวร์จีนใน 8 มณฑลของจีน มีการใช้ชื่อเสียงของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ เช่น ทะเลเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยว ประเทศจีนเป็นประเทศกว้างใหญ่ไพศาล มีทรัพยากรท่องเที่ยวหลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็น แม่น้ำ ศาสนาสถานเป็นต้น โดยเฉพาะประเทศจีนมีศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่และหลากหลายให้ชม ดังนั้น ไม่ว่าประเทศไทยหรือประเทศจีนต่างใช้จุดเด่นของตนมาดึงดูดนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าเนื่องจากว่าธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ฉะนั้น บริษัทต่างๆต่างมีกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้าที่แตกต่างกันไป

อุปสรรคของผู้ผลิตใหม่ในตลาด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่ารัฐบาลหรือบริษัททัวร์พยายามยกระดับคุณภาพบริการให้ดีขึ้น และที่ผ่านมามีคุณภาพได้มีการยกระดับสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญเป็นปัญหาที่มีการพูดคุยเพื่อหาทางแก้ไขกันมานาน แต่ปัจจุบันก็ยังเป็นปัญหาอยู่ นอกจากนี้ทัวร์แบบพักผ่อนหย่อนใจเริ่มจะมีแล้ว และในอนาคตน่าจะมากขึ้น ซึ่งเป็นจุดหนึ่งที่สามารถยกระดับคุณภาพของธุรกิจนำเที่ยว

มีกฎระเบียบของภาครัฐที่เป็นอุปสรรคแก่ธุรกิจนำเข้าเที่ยวบินน้อย รัฐบาลไทยและรัฐบาลจีนส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว เห็นว่าธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมไร้ควัน และสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นอย่างดี รัฐบาลส่งเสริมธุรกิจการนำเข้าเที่ยวบิน แต่แน่นอนมีมาตรการป้องกันธุรกิจของประเทศตน ฉะนั้น จึงมีมาตรการค่อนข้างเข้มงวดสำหรับคนต่างชาติไปประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวบินได้เป็นอาชีพสว่น ต่างชาติไปตั้งบริษัททัวร์ที่จีนก็มีเงื่อนไขค่อนข้างสูง ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญเกิดขึ้นในกลุ่มทัวร์ได้หัวนมาก่อน แล้วขยายมาถึงทัวร์จีน มีบริษัททัวร์ได้หัวนและเงินหรือนักธุรกิจได้หัวนและเงินเข้ามาจัดตั้งบริษัททัวร์โดยใช้ชื่อคนไทยเป็นคนจดทะเบียนบริษัท

จากการศึกษากฎระเบียบต่างๆจะเห็นได้ว่าบริษัททัวร์รายใหม่เกิดขึ้นค่อนข้างยาก โดยเฉพาะสำหรับบริษัทต่างชาติไปร่วมทุนหรือลงทุนแต่เพียงผู้เดียวนั้นเป็นไปได้ยากมาก บริษัททัวร์ที่ไปร่วมทุนนั้นต้องมีผลงานดีและมีทุนจดทะเบียนค่อนข้างสูง

4. SWOT Analysis ธุรกิจนำเข้าเที่ยวบินเพื่อเข้าสู่ตลาดจีน

จุดแข็ง (Strengths)

1) การบริการการท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

บริษัททัวร์รับนักท่องเที่ยวจีน จะมีไกด์และพนักงานที่พูดภาษาจีนเก่ง มีความรู้เกี่ยวกับประเทศจีน โดยเฉพาะมีคนไทยเชื้อสายจีนกลุ่มหนึ่งเชี่ยวชาญภาษาจีน และเข้าใจประเพณี วัฒนธรรมจีนเป็นอย่างดี

การควบคุมคุณภาพ และการกำกับมาตรฐาน ธุรกิจนำเข้าเที่ยวบินเป็นธุรกิจบริการ กลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพอใจในบริการ ก็จะมีโอกาสใช้บริการต่อไป ฉะนั้น บริษัททัวร์พยายามให้บริการที่ดี ควบคุมคุณภาพ กำกับมาตรฐาน เพื่อรักษาลูกค้าไว้ ถ้าบริการไม่ประทับใจ ลูกค้าหายไป คิดจะดึงกลับเป็นเรื่องที่ยากมาก

2) การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการโดยเจ้าของธุรกิจ ธุรกิจนำเข้าเที่ยวบินเป็นธุรกิจที่ไม่โต คนที่เป็นไกด์ถ้าทำมาหลายปี พอมีลูกค้า พอมีทุน ก็มักจะแยกตัวออกไปตั้งบริษัทเอง ฉะนั้นเจ้าของ

ธุรกิจส่วนมากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านตัวร่มาก่อน บริหารเอง ซึ่งสามารถดูแลอย่างใกล้ชิด

3) ธุรกิจสนับสนุน และซัพพลายเออร์ธุรกิจนำเที่ยวของไทย

ธุรกิจร้านอาหาร ประเทศไทยมีร้านอาหารเป็นจำนวนมาก และอาหารไทยก็เป็นที่นิยมของคนทั่วไป คนจีนก็นิยม ชอบอาหารไทย ที่ประเทศไทยมีทั้งอาหารจีน ไทย ฝรั่งเศส นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกอย่างอิสระ

ธุรกิจโรงแรม การบริการของโรงแรมของไทยมีชื่อเสียงมาก บริการอย่างเป็นกันเอง และการบริการนั้นมีมาตรฐานสูง

แหล่งซื้อของ ประเทศไทยมีแหล่งซื้อของมากมาย ทั้งมีร้านขายของตามแหล่งท่องเที่ยวและมีห้างสรรพสินค้า ที่สำคัญที่สุดคือสินค้าของไทยมีความสวยงามและประณีต และราคาไม่แพง เสื้อผ้า กระเป๋าหนัง อัญมณีและของที่ระลึก ศิลปหัตถกรรมเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมซื้อ

จุดอ่อน (Weaknesses)

1) การบริหารจัดการ

เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวใช้เงินทุนไม่มาก และเป็นธุรกิจไม่ใหญ่โต เจ้าของบริหารจัดการเอง จะไม่มีการจ้างผู้เชี่ยวชาญ ยกเว้นบางกรณีบริษัทใหญ่อาจจะจ้างผู้ที่ทำการตลาดเก่งมาทำการตลาด

การขอรับคำปรึกษาจากเครือข่ายสมาคมธุรกิจ การร่วมกันจัดประชุมสัมมนา ระดมสมอง เพื่อพัฒนาธุรกิจ ด้านต่างๆ มีธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ต่างคนต่างแย่งลูกค้า บริษัททัวร์จึงไม่ค่อยมีการปรึกษาหารือ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันหรือสร้างเครือข่าย บทบาทของสมาคมคือกำหนดมาตรฐานหรือเสนอข้อเรียกร้องต่างๆผ่านสมาคมไปยังรัฐบาล

2) การตลาด

ช่องทางในการจัดจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยว คนจีนมาเที่ยวเมืองไทย ส่วนมากซื้อโปรแกรมทัวร์จากบริษัททัวร์จีน ฉะนั้น ช่องทางในการจัดจำหน่ายโปรแกรม ส่วนมากคือบริษัททัวร์ไทยเสนอรายการทัวร์พร้อมราคาให้บริษัททัวร์จีน หรือบริษัททัวร์จีนส่งรายการทัวร์มาให้บริษัททัวร์ไทยจัดการและเสนอราคา บริษัททัวร์จีนเป็นผู้โฆษณา ประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยว

การตั้งบริษัทนำเที่ยวในจีน ตามกฎหมายจีน สามารถตั้งบริษัททัวร์ในจีนได้ ตั้งแต่ปี 2003 ประเทศจีนก็อนุญาตให้บริษัทต่างชาติไปตั้งบริษัททัวร์ในจีนได้ แต่เนื่องจาก กว่าประชากรที่หนึ่งทุนจดทะเบียนสูงถึง 2 ล้าน 5 แสนหยวน ประชากรที่สองบริษัททัวร์จีน เช่น China International Travel Service (CITS) China Travel Service (CTS) มีเครือข่าย กระจายอยู่เมืองต่างๆทั่วประเทศ สามารถผูกขาดการตลาดได้ ดังนั้นบริษัททัวร์ ต่างประเทศยากที่จะไปแย่งลูกค้าได้ วิธีที่ดีที่สุดคือความร่วมมือ บริษัททัวร์ไทยเสนอ เงื่อนไขที่ดี เสนอคุณภาพที่ดีแก่บริษัททัวร์จีน บริษัททัวร์จีนก็หาลูกค้ามาให้บริษัททัวร์ ไทย

3) การเงิน

เนื่องจากว่าธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นง่าย ไม่ต้องมีโรงงาน ไม่ต้องซื้อ วัตถุดิบมาผลิตและไม่ต้องซื้อเครื่องจักร จึงใช้ทุนน้อย และเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นง่าย และปิด กิจการง่าย ดังนั้น จึงไม่มีหลักประกันอะไรมากที่จะไปขอเงินกู้หรือแหล่งเงินสนับสนุน ธุรกิจนำเที่ยวต้องอาศัยตัวเองในการขยายกิจการมากกว่าที่จะได้เงินทุนสนับสนุนจาก ภาครัฐหรือจากแหล่งเงินทุนอื่น

ความเข้มแข็งด้านเงินทุนของผู้ประกอบการธุรกิจ ค่อนข้างมีน้อยถ้าเทียบกับธุรกิจ บางประเภท และถ้า ผู้ประกอบการของไทยมักมีเงินทุนหรือความเข้มแข็งด้านเงินทุนน้อยกว่าผู้ประกอบการจีน เนื่องจากว่าธุรกิจนำเที่ยวของจีนส่วนมากมีรากเหง้ามาจาก รัฐวิสาหกิจ ฉะนั้นผู้ประกอบการจะมีที่ทำงานใหญ่โต มีพนักงานมาก และมีความเข้มแข็ง ด้านเงินทุน หลังจากมีการแปรรูปแล้ว บางแผนกก็ให้บุคคลรับผิดชอบไป ความเข้มแข็ง ด้านเงินทุนมีการลดลงอยู่บ้าง แต่โดยทั่วไปแล้ว ยังคงมีความเข้มแข็งด้านเงินทุนดี

โอกาส (Opportunities)

ด้านความต้องการ

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

ชาวจีนมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น (ปี 2007 GDP ต่อหัวอยู่ที่ 2,280 เหรียญสหรัฐ^๑) ทำให้ความสามารถในการเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยจากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวไทยนั้นร้อยละ 28.79 มีรายได้อยู่ที่ 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

ประเทศไทยกับประเทศจีนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันมายาวนาน และประเทศไทยก็เป็นประเทศแรกๆ ที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้ประชาชนเดินทางมาท่องเที่ยว

จากการสำรวนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวไทยพบว่าร้อยละ 49 มาเป็นครั้งแรก แสดงว่ายังมีโอกาสสูงที่ชักชวนนักท่องเที่ยวเหล่านี้มาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่สอง หรือครั้งที่สาม และร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวแสดงเจตนาจะกลับมาเที่ยวไทยอีก

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

อุปสรรค (Threats)

1) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

นักท่องเที่ยวชาวจีนเน้นชื่อเสียงของบริษัททัวร์เป็นอันดับแรกในการตัดสินใจ โดยจากการสำรวจพบว่าร้อยละ 74 ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงมากที่สุด

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 หลังจากสิ้นสุดโปรแกรมทัวร์จะมีการประเมินผลของไกด์ของบริษัททัวร์ ถ้าเกิดการร้องเรียน รัฐบาลจีนสามารถเพิกถอนใบอนุญาตการนำนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้

มีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต ผ่านหนังสือพิมพ์ ผ่านข้อความถ้อยมือ 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) มีเครือข่ายกระจายอยู่เมืองต่างๆ ทั่วประเทศ สามารถผูกขาดการตลาดได้ ดังนั้นบริษัททัวร์ต่างประเทศยากที่จะไปแย่งลูกค้าได้ วิธีที่ดีที่สุดคือความร่วมมือกับบริษัททัวร์ในจีน

5) อุปสรรคของผู้ผลิตใหม่ในตลาด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่ารัฐบาลหรือบริษัททัวร์พยายามยกระดับคุณภาพบริการให้ดีขึ้น และที่ผ่านมามีคุณภาพได้มีการยกระดับสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญเป็นปัญหาที่มีการพูดคุยมานาน แต่ปัจจุบันยังเป็นอยู่

6) กฎระเบียบของภาครัฐที่เป็นอุปสรรคแก่ธุรกิจนำเที่ยว

มาตรการค่อนข้างเข้มงวดสำหรับคนต่างชาติ ที่จะเข้าไปประกอบธุรกิจ นำเที่ยวในจีน และอาชีพไกด์เป็นอาชีพสงวน ต่างชาติที่เข้าไปตั้งบริษัททัวร์ในจีนจะมีเงื่อนไขค่อนข้างสูง

ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญเกิดขึ้นในกลุ่มทัวร์ได้หวันมาก่อน แล้วขยายมาถึงทัวร์จีน มีบริษัททัวร์ได้หวันและจีนหรือนักธุรกิจได้หวันและจีนเข้ามาจัดตั้งบริษัททัวร์โดยใช้ชื่อคนไทยเป็นคนจดทะเบียนบริษัท

5. กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดจีนของธุรกิจนำเข้า

กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate level)

1) กลยุทธ์การเจริญเติบโตที่มุ่งเน้นความเชี่ยวชาญ

- เน้นตลาดจีน เน้นนักท่องเที่ยวจีนมาท่องเที่ยวประเทศและต้องทำให้ได้ว่ามี ความเชี่ยวชาญในการรับรองนักท่องเที่ยวจีนจากมณฑลต่างๆของจีน เนื่องจากว่า ประเทศจีนเป็นประเทศกว้างใหญ่ คนในแต่ละพื้นที่มีประเพณี วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจากเซี่ยงไฮ้กับนักท่องเที่ยวจากปักกิ่ง หรือจาก กวางตุ้งมีความแตกต่างกัน ถ้าไกด์สามารถพูดภาษากวางตุ้งได้ จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจากกวางตุ้งมาก ในขณะที่ต้องศึกษาและเข้าใจความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน ต่างวัยด้วย ตลาดจีนเป็นตลาดที่ใหญ่มาก ต้องอาศัยความเอาใจใส่และ พิถีพิถัน

- บริษัททัวร์จีนอาจจะไม่มีเจ้าหน้าที่ที่เข้าใจประเทศอย่างถ่องแท้ และสามารถทำ โปรแกรมที่สอดคล้องความเป็นจริง มีความเป็นไปได้ และในค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ดังนั้น บริษัททัวร์สามารถส่งเจ้าหน้าที่ไปร่วมมือกับบริษัททัวร์จีน ร่วมกันทำโปรแกรมทั้ง สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนและมีความเป็นไปได้ทั้งประหยัดเวลา และประหยัดค่าใช้จ่าย

- สร้างความร่วมมือกับบริษัททัวร์จีน และสายการบินที่บินไปจีนอย่างดี เพื่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและติดตามการเคลื่อนไหวของตลาด พยายามสร้างบริษัทให้เป็น บริษัทที่เชี่ยวชาญตลาดจีนได้

2) กลยุทธ์การเจริญเติบโตที่มุ่งการกระจายธุรกิจ

- ควรขยายธุรกิจที่เกี่ยวกับธุรกิจนำเข้า เนื่องจากว่าธุรกิจนำเข้าเป็นธุรกิจลูกโซ่ ตั้งแต่ลูกค้าสอบถามโปรแกรมและราคา เสนอโปรแกรมและราคา ลูกค้าตกลงยินดีใช้ บริการของบริษัททัวร์ จองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรม ร้านอาหาร รถ ไกด์ และจองตัวชม การแสดงเป็นต้น ในฤดูกาลท่องเที่ยวมักจะพบปัญหา มีลูกค้าแต่หาตั๋วเครื่องบินไม่ได้ หรือ ห้องพักเต็ม ดังนั้น ถ้ามีเงินทุนเพียงพอ ควรจะขยายธุรกิจไปยังร้านอาหาร โรงแรม ควร จัดซื้อรถทัวร์ของตัวเอง เพื่อสร้างความมั่นใจและหลักประกันว่ามีรถใช้ และประหยัด ค่าใช้จ่าย

- ควรสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับสายการบิน โรงแรม บริษัททัวร์ส่วนมากต้องพึ่งพาธุรกิจสายการบิน บริษัททัวร์มีอำนาจต่อรองกับสายการบินน้อย ในขณะที่กับโรงแรมมักต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน ควรจะรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ในบางโอกาสสามารถพลิกแพลงแก้ไขปัญหาเคือรื้อน หาตัวเครื่องบินได้หรือให้ราคาพิเศษ ลดต้นทุนได้

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business level)

1) กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership)

- สร้างอำนาจต่อรอง ลดต้นทุน เป็นผู้นำด้านต้นทุน ทุกคนอยากได้ของดี ราคาถูก แต่ในความเป็นจริงไม่มี ผู้ขายของไม่ดี ราคาแพง ผู้ขายจะขายไม่ออก สุดท้ายอยู่ไม่ได้ ผู้ขายของไม่ดี ราคาถูก สุดท้ายผู้ซื้อผิดหวังกับสินค้า ไม่ซื้ออีกต่อไป ผู้ขายก็อยู่ไม่รอด ผู้ขายของดี ราคาถูก สุดท้ายผู้ขายก็อยู่ไม่รอด เพราะขาดทุน ผู้ขายของที่อยู่ได้นั้นคือขายของดี ราคาไม่แพงมาก อยู่ในอัตราที่เหมาะสม เพราะว่าแต่ละธุรกิจย่อมมีต้นทุนของมัน ธุรกิจที่สามารถประหยัดต้นทุนคือ มีขนาดใหญ่ เช่นประเทศจีนผลิตสินค้า ผลิตครั้งหนึ่งเป็นจำนวนมาก สามารถลดต้นทุนได้ ธุรกิจทัวร์ก็เช่นเดียวกัน ถ้าแต่ละเดือนมีลูกค้าเยอะซื้อตั๋วจากสายการบิน ส่งลูกค้าให้โรงแรม ย่อมได้ราคาดีจากสายการบินและราคาดีจากโรงแรม อีกกรณีหนึ่งคือมีธุรกิจที่เป็นลูกโซ่ในเครือเอง เช่นมีร้านอาหาร มีโรงแรม สามารถลดต้นทุนลงได้

- คุมค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ เพื่อลดต้นทุน ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีลูกโซ่ยาว ถ้าคุมให้ดีสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ และเป็นการลดต้นทุนโดยทางอ้อม

2) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation)

- ต้องสร้างความแตกต่าง สร้างธุรกิจที่เอกลักษณ์ของตน ยิ่งธุรกิจนำเที่ยวเห็นได้ชัดเจนมาก ในขณะที่ทุกคนทำทัวร์จีนศูนย์เหรียญ จัดโปรแกรมกรุงเทพฯ พัทยา หกวันห้าคืนนั้น สามารถฉีกแนวจัดทัวร์หรู ดีกอล์ฟ จัดทัวร์ชมงานแสดงสินค้า จัดทัวร์เพื่อสุขภาพ มาเช็คตรวจสุขภาพ มานวดแผนไทยหรือ Spa เป็นต้น เป็นการสร้างความแตกต่างกับบริษัททัวร์ทั่วไป เป็นการหลีกเลี่ยงแข่งขันกันเอง ตัดราคากันเอง สุดท้ายเจ็บสาหัสกันทั้งคู่

กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional level)

1) การตลาด (Marketing)

- ต้องมีความเป็นเชี่ยวชาญ เข้าใจความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวจีนในแต่ละภูมิภาค ร่วมมือกับบริษัททัวร์จีน กำหนดโปรแกรมที่สอดคล้องความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน มีการร่วมมือกับบริษัททัวร์จีนประชาสัมพันธ์ โฆษณาภาพลักษณ์ของประเทศไทย ภาพลักษณ์ของบริษัททัวร์ รวมถึงการสร้างแตกต่างกับผลิตภัณฑ์คนอื่น มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่นของตนที่คนอื่นยากที่จะเลียนแบบได้

2) ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource)

- มีการพัฒนา อบรมพนักงาน สร้างเครือข่าย สายสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการศึกษา สามารถรับนักเรียนนักศึกษาที่เรียนวิชาเอกภาษาจีนหรือการท่องเที่ยวเข้ามาฝึกงานในขณะที่ยังเรียนอยู่ เพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์แก่นักเรียนนักศึกษาเหล่านี้ ขณะเดียวกันก็เป็นการเตรียมทรัพยากรมนุษย์ไว้

- มีการพัฒนา อบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับรู้ข่าวสารอย่างทันเหตุการณ์ และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในทุกวันนี้ ให้โอกาสแก่พนักงานศึกษาภาษาจีนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อกับบริษัททัวร์จีนและติดต่อกับลูกค้าได้ และมีการให้ความรู้แก่ไกด์ เพื่อเพิ่มศักยภาพของไกด์ให้ดียิ่งขึ้น

3) การจัดการทั่วไป (General Management)

- เน้นประสิทธิภาพ ปลาใหญ่กินปลาเล็ก ปลาเร็วกินปลาช้า ยุคนี้เป็นยุคไฮเทค ไม่ว่าทำอะไรก็ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็ว และอย่างมีประสิทธิภาพ เช่นการติดต่อผ่าน Email , MSN สามารถนำมาใช้ในการติดต่อกับฝ่ายจีน ไม่จำเป็นต้องร่างจดหมาย กำหนดการแล้วส่งโทรสาร ทำให้ล่าช้าและเพิ่มค่าใช้จ่าย

- เน้นประสิทธิผล ไม่เพียงแต่มีการดำเนินการอย่างรวดเร็ว และต้องดำเนินการอย่างสุขุมรอบคอบ แม่นยำถูกต้อง ต้องอาศัยความเป็นมืออาชีพ ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการ ธุรกิจน่าเที่ยวเป็นลูกโซ่ยาว ต้องรับประกันว่าทุกขั้นตอนมีการดำเนินการอย่างถูกต้อง ห้ามมิให้เกิดผิดพลาด ถ้าจำนวนที่ หรือเวลาเครื่องขึ้นลง อาจจะทำให้ตกเครื่องบินหรือลูกค้าเดินทางมาถึงแล้วไม่มีไกด์ไปรับเหล่านี้เป็นต้น ดังนั้น การจัดการต้อง

รอบคอบ ห้ามประมาท มิฉะนั้นจะสร้างความไม่พอใจหรือสร้างความเสียหายแก่บริษัท
ทัวร์และสร้างความเสียหายแก่ลูกค้าได้

6. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สิ่งที่หน่วยงานของไทยทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรให้ความสำคัญคือ

1. รักษาเสถียรภาพทางการเมือง อย่างกรณีเหตุการณ์ปิดสนามบิน ทำให้มีนักท่องเที่ยวจีน 3,000 กว่าคนไม่สามารถเดินทางกลับประเทศจีน จึงขาดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว ต้องให้รัฐบาลแสดงบทบาทและประชาสัมพันธ์ให้ทั้งทางการจีนและประชาชนชาวจีนให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทย

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาแก้ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญหรือทัวร์ที่แข่งขันดัดราคา ที่มาเมืองไทย เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวจะไม่ได้รับการท่องเที่ยวและบริการ อย่างมีคุณภาพ

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรใช้นโยบายเชิงรุกในการประชาสัมพันธ์ที่จีน เช่นการจัดสัปดาห์วัฒนธรรมไทย หรือสัปดาห์ผลไม้ไทย หรือตั้งสำนักตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ เมืองใหญ่ๆของจีน เป็นต้นเพื่อให้ประชาชนชาวจีนสนใจมาท่องเที่ยวประเทศไทยยิ่งขึ้น

4. ควรเพิ่มสื่อต่างๆที่เป็นภาษาจีน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนส่วนมากไม่รู้ภาษาต่างประเทศ ฉะนั้นจึงควรจัดทำโบรชัวร์ที่เป็นภาษาจีน และสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยผ่านรายการโทรทัศน์, วิทยุที่เป็นภาษาจีนเพื่อให้นักท่องเที่ยวจีนได้ทราบข่าว และการเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในประเทศเวลานักท่องเที่ยวจีนพำนักในประเทศไทย

5. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรศึกษาพฤติกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของจีนให้ลึกซึ้งและถ่องแท้ เช่นศึกษาเทศกาลวันหยุดของจีน ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว การซื้อสินค้า เพื่อจัดโปรแกรมพิเศษที่สอดคล้องกับความนิยมของคนจีน จะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีน และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนได้

6. ควรจะสร้างเครือข่ายทั้งภายในประเทศไทยด้วยและสร้างเครือข่ายในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกันหรือแม้แต่อาเซียน +3 ไม่ควรมองด้านการแข่งขันด้านเดียว ควรมองว่าเป็นโอกาสที่จะเกิดจากความร่วมมือได้เช่นกัน แทนที่บริษัททัวร์จะบริการนำเที่ยวเฉพาะในไทย ควรจะขยายบริการนำเที่ยวไปยังลาว พม่า เขมร มาเลเซียและสิงคโปร์ด้วย ทั้งนี้ควรจะใช้ Cluster Model ขอวิชาหนึ่งประเทศในอาเซียน โดยควรไปได้อีก 9 ประเทศในอาเซียนโดยไม่ต้องขอวิชาของประเทศอื่นอีก

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1

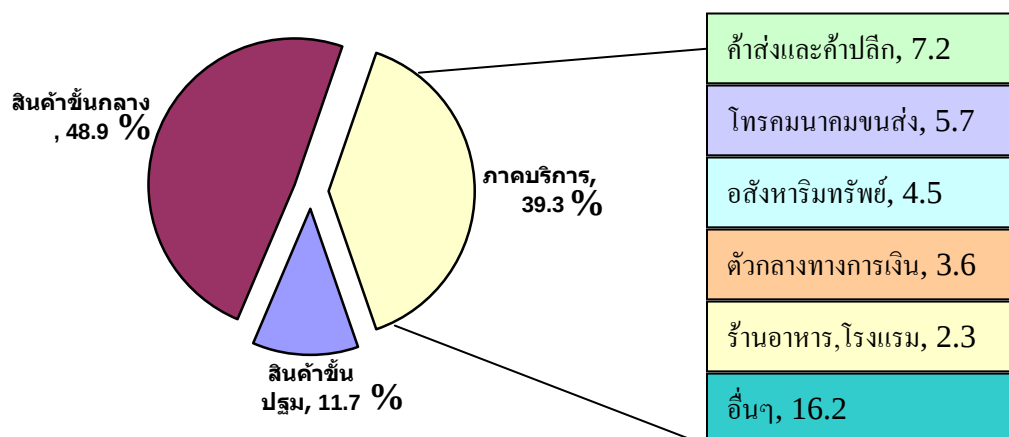
ความตกลงด้านการค้าบริการและการลงทุนภาคบริการไทย-จีน

1. ความสำคัญของภาคบริการในจีน

ภาคบริการมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศส่วนใหญ่ในโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมีสัดส่วนของภาคบริการต่อ GDP ถึง 72%⁸ ส่วนประเทศกำลังพัฒนานั้น สัดส่วนของภาคบริการใน GDP มีประมาณ 52% และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในฐานะที่เป็นเครื่องมือหนึ่งในการปฏิรูปอุตสาหกรรม รวมทั้งเป็นทางเลือกในการเติบโต นอกเหนือไปจากสาขาที่เป็นเสาหลักมาช้านานอย่างภาคอุตสาหกรรมและภาคการเกษตร⁹

อย่างไรก็ตาม แม้จะเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาด้วยกันแล้ว ภาคบริการของจีนยังมีสัดส่วนในระบบเศรษฐกิจไม่สูงมากนัก โดยในปี 2549 มีสัดส่วนประมาณ 39% ต่อ GDP ภาคบริการที่สำคัญได้แก่ การค้าส่งและค้าปลีก (7.2%) การโทรคมนาคมและขนส่ง (5.7%) อสังหาริมทรัพย์ (4.5%) ตัวกลางทางการเงิน (3.6%) และร้านอาหารและโรงแรม (2.3%) ดังจะเห็นได้จากแผนภาพที่ 1

ภาพที่ 1 องค์ประกอบของภาคบริการของจีนต่อ GDP ในปี 2549¹⁰



ที่มา: China Statistical Yearbook 2007, National Bureau of Statistics

แม้ว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมของจีนจะยังสูงกว่า 10% ติดต่อกันมาหลายปี แต่รัฐบาลจีนเล็งเห็นว่าความไม่สมดุลในโครงสร้างทางเศรษฐกิจนี้ จะเป็นความท้าทายหนึ่งในการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจมหภาคในอนาคต จึงได้บรรจุเรื่องการเร่งรัดการพัฒนาภาคบริการไว้ใน

⁸ China Trade in Services Report , กระทรวงพาณิชย์จีน

⁹ The review of the development of world trade in services, กระทรวงพาณิชย์จีน

¹⁰ สินค้าขั้นปฐม หมายถึง สินค้าเกษตร ประมง ปศุสัตว์ สินค้าขั้นกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมการผลิต เหมืองแร่ ไฟฟ้า น้ำ พลังงาน และก่อสร้าง

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งมีระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี 2549-2553 (11th 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 35.3% ในปี 2553 อีกด้วย

เพื่อรองรับต่อแนวทางการพัฒนาภาคบริการที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 นี้ คณะรัฐมนตรีของจีน (State Council) จึงแถลงข้อคิดเห็นและกำหนดแนวทางให้รัฐบาลท้องถิ่นและเขตปกครองตนเอง รวมถึงกระทรวงและหน่วยงานภาครัฐนำไปปฏิบัติ ดังนี้¹¹

1) รัฐบาลกลางเห็นว่าภาคบริการของจีนในปัจจุบัน “ยังมีขนาดไม่เพียงพอ มีโครงสร้างไม่สมดุล ผลคุณภาพและความสามารถในการแข่งขันต่ำ มีส่วนแบ่งใน GDP น้อย และไม่อาจเทียบได้กับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดในภาคอุตสาหกรรมการผลิต”

2) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคบริการในสาขาต่อไปนี้

- สาขาที่ใช้เทคโนโลยีและช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการผลิต เช่น การขนส่ง โลจิสติกส์ การโทรคมนาคม การพัฒนา software พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยและพัฒนา การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ต่างๆ
- สาขาที่เกี่ยวกับความกินอยู่ดีของประชากรและรองรับสังคมผู้สูงอายุ เช่น การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การบริการที่เกี่ยวกับการเกษียณอายุ การศึกษา สุขภาพ
- สาขาที่จะช่วยเร่งการบริโภค¹² เช่น การท่องเที่ยว กีฬา สันทนาการ บันเทิง
- สาขาที่มีการจ้างงานเป็นจำนวนมาก

3) สนับสนุนให้ต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจบริการ แต่พิจารณาให้สมดุลกับการเติบโตของธุรกิจบริการในประเทศ และเป็นไปเพื่อ

- เน้นการพัฒนานวัตกรรม โดยต้องการ “ซึมซับประสบการณ์ คัดลอกเทคโนโลยี และบริหารจัดการ จากประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่า”

¹¹ Several Opinions of the State Council on Accelerating the Development of the Service Industry, 19 มีนาคม 2550

¹² นโยบายเศรษฐกิจมหภาคของจีนต้องการใช้การบริโภคของครัวเรือนเป็นตัวนำ – WTO Trade Policy Review 2007

- ช่วยพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น รับ outsource ธุรกิจของต่างชาติในสาขาการจัดการข้อมูล บัญชี การวิจัยและพัฒนา

จะเห็นได้ว่าแม้จีนจะไม่ใช้ประเทศที่อยู่แถวหน้าเมื่อเอ่ยถึงภาคบริการ โดยที่ยังมีระดับการพัฒนาและความสามารถในการแข่งขันที่ต่ำ แต่รัฐบาลจีนได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาคบริการซึ่งเป็นแนวโน้มของโลก และมีการวางแผนเพื่อเร่งการพัฒนาภาคบริการในทุกระดับอย่างเป็นระบบ การศึกษาแนวคิดในการพัฒนาภาคบริการของรัฐบาลกลางนี้ จึงย่อมเป็นรากฐานในการทำ ความเข้าใจและคาดการณ์การกำหนดนโยบายของจีนเกี่ยวกับการค้าบริการรวมทั้งทิศทางการลงทุนของต่างชาติในภาคบริการในประเทศจีน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเข้าสู่ตลาดจีนได้

2 ข้อตกลงการค้าบริการของจีนกับไทย

ความสำคัญของภาคบริการต่อการพัฒนาเศรษฐกิจทำให้การเจรจาเปิดตลาดบริการอยู่ในความสนใจของนานาประเทศทั่วโลก โดยรูปแบบการเจรจาอาจเป็นการตกลงกันหลายฝ่าย (multilateral) เช่น ใน WTO ซึ่งประเทศที่ตกลงใจเปิดตลาดในเวทีนี้จะต้องเปิดให้กับประเทศสมาชิก 145 ประเทศอย่างเท่าเทียมกัน หรืออาจจะเป็นการเจรจาเฉพาะกลุ่ม (regional) เช่น ภายในกลุ่มอาเซียน เปิดตลาดให้กันเอง แต่ยังมีข้อจำกัดสำหรับประเทศนอกกลุ่ม หรืออาจจะเป็นการเจรจาระหว่าง 2 ประเทศ หรือกลุ่มประเทศ (bilateral) เท่านั้นก็ได้

สำหรับจีนกับไทยนั้น มีการเปิดตลาดในภาคบริการระหว่างกัน 2 เวกี คือ

- 1) ในฐานะสมาชิก WTO ซึ่งจีนไม่ได้เปิดให้กับไทยโดยเฉพาะ แต่ประเทศสมาชิกอื่นก็สามารถใช้ประโยชน์จากข้อตกลงนี้ในการเข้าสู่ตลาดจีนได้ด้วยเช่นกัน
- 2) ข้อตกลงระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียนกับจีน ซึ่งจีนเปิดให้เฉพาะประเทศสมาชิกอาเซียนรวมทั้งไทยด้วย

2.1 พันธกรณีในฐานะสมาชิก WTO

1) การเจรจาการค้าบริการใน WTO

การค้าบริการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเจรจาการค้าในกรอบ WTO ตั้งแต่ปี 2538 เมื่อเกิดความตกลงที่เรียกว่า GATS (General Agreement on Trade in Services) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากการ

เจรจาในด้านสินค้าที่ต้องการลดอุปสรรคทางการค้าด้วยวิธีลดภาษีศุลกากร เนื่องจากการค้าบริการไม่อาจปิดกั้นด้วยมาตรการอย่างภาษี แต่ประเทศที่ต้องการควบคุมการให้บริการของต่างชาติภายในประเทศจะทำได้ด้วยการใช้กฎหมายและกฎระเบียบภายในเป็นหลัก เช่น การจำกัดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติในบริษัท การห้ามธุรกิจต่างชาติขยายสาขา เป็นต้น การเจรจาการค้าบริการจึงเป็นการเจรจาด้านกฎระเบียบ เช่น เรียกร้องให้ลดข้อจำกัดทางกฎหมายในการให้ต่างชาติเข้าสู่ตลาดยกเลิกมาตรการที่ปฏิบัติต่อธุรกิจต่างชาติไม่เท่าเทียมกับธุรกิจภายในประเทศ รวมไปถึงให้คำมั่นสัญญาในความโปร่งใสและคาดการณ์ได้ของมาตรการต่างๆ ที่ทางการจะนำมาใช้ในอนาคต

ข้อตกลง GATS สร้างข้อผูกพันต่อประเทศสมาชิก WTO ทั้งหมด รวมทั้งไทยและจีน มีหลักการสำคัญ ดังนี้

1) การไม่เลือกปฏิบัติ (Non-discrimination) : สมาชิกจะต้องปฏิบัติต่อประเทศสมาชิกเท่าเทียมกัน เช่น จีนจะต้องปฏิบัติต่อร้านอาหารของคนไทยเท่ากับร้านอาหารของคนญี่ปุ่น และต้องปฏิบัติต่อคน/ธุรกิจต่างชาติ เท่าเทียมกับคน/ธุรกิจของประเทศตนเอง เช่น ต้องปฏิบัติต่อร้านอาหารของคนไทยและญี่ปุ่นเท่ากับร้านอาหารของคนจีน ยกเว้นแต่มีการกำหนดเงื่อนไขไว้ในข้อตกลงเฉพาะรายสาขา

2) การเปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไป (Progressive Liberalization) : ให้สามารถเลือกเปิดตลาดในความเร็วที่เหมาะสมต่อระดับการพัฒนาของประเทศได้ และให้ความยืดหยุ่นกับประเทศกำลังพัฒนาเปิดตลาดในจำนวนสาขาที่น้อยกว่าประเทศพัฒนาแล้วได้

3) การเปิดตลาดแบบมีเงื่อนไข (Conditional Market Access) : ประเทศสามารถกำหนดได้ว่าจะเปิดให้ต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจได้หรือไม่ เพียงใด เป็นเวลาเท่าใด โดยที่เงื่อนไขการจำกัดการเข้าสู่ตลาดจะทำได้ในบางรูปแบบเท่านั้น¹³ รวมไปถึงเงื่อนไขในการปฏิบัติต่อต่างชาติ ซึ่งอาจไม่เท่าเทียมกับธุรกิจ/คนของประเทศตนเองได้ แต่ต้องระบุไว้ให้ชัดเจนในตารางข้อผูกพัน

4) สิทธิในการกำหนดกฎระเบียบภายในประเทศ (Right to Regulate) : ประเทศมีสิทธิเต็มที่ในการกำหนดกฎระเบียบภายในประเทศเพื่อใช้กำกับภาคบริการให้สอดคล้องกับแนว

¹³ 6 รูปแบบ ได้แก่ 1) การจำกัดจำนวนผู้ให้บริการ 2) การจำกัดมูลค่าของการให้บริการ 3) การจำกัดจำนวนการให้บริการ 4) การจำกัดจำนวนผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลธรรมดา 5) การกำหนดเงื่อนไขรูปแบบองค์กรที่เข้ามาให้บริการ 6) การจำกัดเขตแดนผู้ถือหุ้นต่างชาติ

ทางการพัฒนาประเทศได้ตลอดเวลา แม้จะในสาขาที่มีข้อผูกพันอยู่แล้วก็ตาม แต่จะต้องไม่เลือกปฏิบัติ

5) ความโปร่งใส (Transparency): ประเทศจะต้องตีพิมพ์และเผยแพร่กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และต้องแจ้ง WTO หากมีการปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงมี enquiry point เพื่อตอบคำถามสมาชิกอื่นๆ

การที่ประเทศสมาชิก WTO ไม่ว่าไทยหรือจีน จะต้องปฏิบัติตามพันธกรณี GATS จึงไม่ได้หมายความว่า เป็นการเปิดเสรียอมให้ต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจบริการภายในประเทศได้ทั้งหมด แต่หมายถึงการให้คำมั่นสัญญาถึงความแน่นอนของกฎหมาย/กฎระเบียบที่ใช้ควบคุมการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจต่างชาติ เช่น ในตารางข้อผูกพันบางสาขา จีนอาจจะเปิดให้ต่างชาติเข้ามาถือหุ้นได้ 100% แต่บางสาขาอาจจะกำหนดไว้ที่ 49% ซึ่งหมายถึงไม่ยอมให้ต่างชาติถือหุ้นเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เท่ากับสัญญาว่าจะไม่มีข้อกำหนดเพื่อลดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติให้ต่ำกว่า 49% ในอนาคต นอกจากนั้น ข้อตกลง GATS ยังเป็นประโยชน์ในแง่ของความโปร่งใส เช่น ถ้าจีนมีการออกกฎระเบียบหรือมาตรการใหม่ๆ เพื่อบังคับใช้ต่อธุรกิจบริการไม่ว่าจะใช้เฉพาะกับธุรกิจ/คนต่างชาติหรือไม่ ก็จำเป็นต้องเผยแพร่ต่อสาธารณะ แต่ตอบคำถามเมื่อได้รับการร้องขอได้ จึงนับว่าแม้จะมีกฎระเบียบที่เป็นเงื่อนไขหรือจำกัดการประกอบธุรกิจของต่างชาติได้ แต่ก็อยู่ในกติกาเดียวกัน

นอกจากหลักการ เช่น การไม่เลือกปฏิบัติ ความโปร่งใส ฯลฯ ตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ความตกลง GATS ยังประกอบด้วย ดังตารางที่ 2.2 ซึ่งเป็นตารางข้อผูกพัน (Schedule of Commitment) ที่ระบุเงื่อนไขการเปิดตลาดของแต่ละประเทศสมาชิกทั้งโดยทั่วไป (horizontal commitment) และเฉพาะรายสาขา (specific commitment) ซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกันในแต่ละประเทศสมาชิก ขึ้นอยู่กับว่าพร้อมที่จะเปิดในสาขาใด ในระดับใด ตามหลักการเปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไป และการเปิดเสรีโดยมีเงื่อนไขของ GATS ทั้งนี้ เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันในการเจรจา GATS จึงแบ่งประเภทบริการออกเป็นสาขาหลัก 12 สาขา ได้แก่

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

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

3) สาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง (Construction and Related Engineering Services) ได้แก่ งานก่อสร้างอาคาร (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 Services) บริการขายปลีก (Retailing Services) บริการการให้สิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่าย (Franchising)

5) สาขาบริการด้านการศึกษา (Educational Services) ได้แก่ โรงเรียน สถาบันกวดวิชา สถาบันสอนภาษา สถาบันวิชาชีพเฉพาะ ตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงอุดมศึกษา 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) และการบริการด้านการธนาคารและการเงินอื่นๆ (Banking and Other Financial Services) เช่น บริการรับฝากเงิน (Deposit) ให้สินเชื่อ (Lending of All Types) บริการที่เกี่ยวกับหลักทรัพย์ รวมถึงการค้าประกัน การบริหารสินทรัพย์ (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 หรือ มัคคุเทศก์ (Tourist Guides Services)

10) สาขาบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา (Recreational, Cultural and Sporting Services-other than audiovisual services) ได้แก่ บริการด้านการบันเทิง รวมถึงโรงภาพยนตร์ การแสดงละคร การแสดงสด และละครสัตว์ (Entertainment Services including theatre, live brands 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 การลากจูงเรือระหว่างประเทศ บริการขนส่งทางน้ำภายในประเทศ (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) บริการอื่นๆนอกเหนือจากหัวข้อข้างต้น (Other Services not Included Elsewhere)

นอกจากสาขาใหญ่ 12 สาขาแล้ว ยังมีสาขาย่อยครอบคลุมบริการที่หลากหลายอย่างละเอียด ตามเอกสารแนบ 2-1

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

Mode 1 : การให้บริการข้ามพรมแดน (Cross Border Supply)

การค้าบริการที่ผู้ค้าต่างอยู่ในประเทศของตนเอง เช่น การให้คำปรึกษาผ่านสื่อต่างๆ บริการโทรศัพท์ทางไกล E-learning

Mode 2 : การบริโภคในต่างประเทศ (Consumption Aboard)

การค้าบริการที่ผู้ซื้อเดินทางมาใช้บริการในประเทศของผู้ให้บริการ เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ

Mode 3 : การตั้งหน่วยธุรกิจ (Commercial Presence)

การค้าบริการที่ผู้ค้าจากประเทศหนึ่งเข้าไปลงทุนทำธุรกิจในอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งอาจจะเข้าไปดำเนินธุรกิจในรูปแบบของการร่วมทุน หรือเปิดสาขา สำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ เช่น ธนาคารกรุงเทพเข้าไปเปิดสำนักงานตัวแทนในจีน

Mode 4 : การเคลื่อนย้ายบุคลากร (Movement of Natural Persons)

การค้าบริการที่บุคคลของประเทศผู้ค้าเดินทางไปทำงานหรือให้บริการในประเทศผู้ค้า เช่น นักกฎหมาย นักบัญชี หมอนวด แพทย์ ซึ่งเป็นคนไทยเข้าไปทำงานในจีน

ทั้งนี้ วิธีการจำแนกสาขาของการบริการและรูปแบบการให้บริการเป็น 4 Mode ตามรูปแบบของ GATS นี้ เป็นต้นแบบในข้อตกลงการค้าบริการอื่นๆ รวมถึง FTA อาเซียน-จีนด้วย

2) การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน

การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีนต่างจากไทยซึ่งเป็นสมาชิกมาตั้งแต่แรกเริ่ม จีนเข้าเป็นสมาชิก WTO เมื่อเดือนธันวาคมปี 2544 หลังจากการเจรจาถึง 15 ปี ท่ามกลางความสนใจของประเทศสมาชิกทั่วโลก เนื่องจากเป็นเขตเศรษฐกิจขนาดใหญ่ ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบเป็นอย่างมากต่อโครงสร้างการค้าของโลก โดยการเปิดเสรีทางการค้าของจีนถูกมองทั้งในแง่โอกาสที่จะเข้าถึงผู้บริโภคนับพันล้านคนในประเทศจีนเมื่ออุปสรรคทางการค้าลดลงหรือหมดไป และทั้งในแง่ของการเป็นคู่แข่ง ในฐานะประเทศที่มีต้นทุนในการผลิตต่ำ เนื่องจากในทางกลับกัน จีนย่อมจะได้สิทธิประโยชน์ในการเข้าสู่ตลาดประเทศสมาชิกอื่นด้วย นอกจากนี้ ประเทศสมาชิกยังเคลือบแคลงว่า

ประเทศที่มีเศรษฐกิจในระบบปิดและรวมศูนย์อยู่ที่รัฐบาลมาเป็นเวลานานอย่างจีน จะสามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันใน WTO ได้เพียงใด และยังจำเป็นต้องปฏิรูปกฎระเบียบอย่างมากเพื่อให้สอดคล้องกับข้อผูกพันดังกล่าว ดังนั้น ในการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีนจึงมีพิธีสาร¹⁴ ซึ่งกำหนดข้อผูกพันพิเศษสำหรับจีน โดยเฉพาะนอกเหนือไปจากข้อผูกพันตามความตกลงต่างๆ ของ WTO (เช่น GATT, GATS) ที่จีนจะต้องปฏิบัติตามอยู่แล้ว ข้อผูกพันตามพิธีสารที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับภาคบริการ เช่น

- ต้องดูแลให้มีความสอดคล้องกันระหว่างมาตรการที่ออกโดยรัฐบาลกลางและรัฐบาลมณฑล รวมถึงระหว่างรัฐบาลมณฑลด้วยกัน
- ต้องลดการอุดหนุนและใช้เท่าที่จำเป็นและยกเลิกการอุดหนุนบางประเภท
- ต้องให้ราคาของสินค้าและบริการเป็นไปตามราคาตลาด ยกเว้น บริการที่เป็นของรัฐ สาธารณูปโภค บริการที่รัฐสามารถกำหนดราคา (โทรคมนาคม ค่าธรรมเนียมการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว การศึกษา) และบริการที่รัฐมีส่วนในการกำหนดราคา (การขนส่ง บริการวิชาชีพ ค่านายหน้า บริการธนาคารบางประเภท บริการขาย/เช่าที่อยู่อาศัย บริการด้านสุขภาพ)

นอกจากนั้น จีนยังต้องยอมให้ประเทศสมาชิกอื่นประเมินผลการปฏิบัติตามพันธกรณีของ WTO ทุกปี เป็นเวลา 8 ปีติดต่อกัน (2545-2552) ซึ่งหากประเทศใดพบอุปสรรคในการค้าขายและการลงทุนประกอบธุรกิจภายในจีน โดยมีเหตุมาจากการไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงของ WTO ก็สามารถนำเรื่องเข้ากระบวนการประเมินเพื่อให้จีนชี้แจงหรือปรับปรุงมาตรการต่างๆ ให้สอดคล้องกับ WTO ได้ อย่างไรก็ตาม พบว่าในกรณีของไทยยังไม่ได้ใช้ช่องทางนี้ในการอำนวยความสะดวกให้กับธุรกิจไทยในจีนมากนัก ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการถือว่าจีนเป็นประเทศที่มีความสัมพันธ์กันใกล้ชิด จึงมักจะใช้วิธีเจรจากัน 2 ฝ่าย หรือผ่านเวทีอาเซียน-จีนมากกว่า นอกจากนี้ ในการประเมินผลการปฏิบัติตามพันธกรณีของ WTO ของจีน ภาครัฐจำเป็นต้องมีช่องทางในการรับข้อมูลและความคิดเห็นจากภาคธุรกิจอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้แทนการค้าสหรัฐฯ (USTR) ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับภาคธุรกิจ และมีกระบวนการแลกเปลี่ยนและรวบรวมข้อมูลเป็นประจำเพื่อระบุอุปสรรคในการค้าขายและประกอบธุรกิจในประเทศต่างๆ และความเป็นไปได้ที่อุปสรรคเหล่านั้นจะเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามข้อผูกพันของ WTO และข้อตกลงอื่นที่มีอยู่ จึงไม่น่าแปลกใจว่าสหรัฐฯจึงเป็นหนึ่งในไม่กี่ประเทศที่ร่วมกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติตามพันธกรณีของ WTO ของจีนอย่างต่อเนื่อง

¹⁴ 'Protocol on the Accession of The People's Republic of China' World Trade Organisation 23 November 2001 (WT/ L / 432)

3) ข้อผูกพันภาคบริการใน WTO ของจีนเมื่อเปรียบเทียบกับไทย

เมื่อพิจารณาตารางข้อผูกพันภาคบริการรายสาขาของจีน ใน 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) หมายถึงธุรกิจที่มีต่างชาติถือหุ้นไม่ต่ำกว่า 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 โดยรองรับมาตรการอุดหนุนผู้ให้บริการในประเทศในสาขาโสตทัศน สาขาการบิน และสาขาทางการแพทย์
- ยกเว้นข้อกำหนดในการปฏิบัติต่อประเทศสมาชิกอย่างเท่าเทียมกัน (MFN) ในสาขาการขนส่งทางเรือ โดยให้มีข้อตกลงทวิภาคีรายประเทศได้ (ปัจจุบัน จีนมี

ข้อตกลง cargo sharing กับ อัลจีเรีย อาร์เจนตินา บังกลาเทศ บราซิล สหรัฐฯ ซาอุดี และไทย)

สำหรับข้อผูกพันรายสาขา สรุปได้ดังนี้

- ส่วนใหญ่ไม่มีข้อจำกัดใน Mode 1 และ 2 นอกจากบริการด้านการเงิน ซึ่งจำเป็นต้องควบคุมเพื่อเสถียรภาพทางการเงินของประเทศ
- สาขาที่อนุญาตให้บริษัทที่เป็นของต่างชาติทั้งหมดประกอบธุรกิจ ได้แก่ วิชาชีพ กฎหมาย บัญชี บริการด้านภาษี สถาปนิก วิศวกร บริการประมวลผลข้อมูล โฆษณา ที่ปรึกษาด้านการจัดการ บริการวิเคราะห์ทางเทคนิค บรรจุภัณฑ์ รับส่ง วัสดุ บริการดูแลรักษาและซ่อมเครื่องจักร คำส่ง แฟรนไชส์ โรงแรม ร้านอาหาร การขนส่งทางรถยนต์และรถไฟ ส่วนสาขาที่เหลือส่วนใหญ่อนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้
- ส่วนใหญ่ไม่ผูกพันใน Mode 4 ยกเว้นกรณีการเข้าประเทศชั่วคราวของผู้บริหาร ตามที่กำหนดไว้ในข้อผูกพันทั่วไป และมักกำหนดคุณสมบัติทางการศึกษาและประสบการณ์เพิ่มเติมในสาขาที่ต้องการความชำนาญเป็นพิเศษ เช่น บริการด้านการสื่อสาร การแปลและล่าม

เมื่อเปรียบเทียบกับไทย ซึ่งผูกพันสาขาบริการ 8 สาขา ได้แก่ 1) สาขาบริการธุรกิจ 2) สาขาบริการด้านการสื่อสาร 3) สาขาบริการด้านการศึกษา 4) สาขาบริการด้านสิ่งแวดล้อม 5) สาขาบริการทางการเงิน 6) สาขาบริการด้านการท่องเที่ยว 7) สาขาบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา และ 8) สาขาบริการขนส่ง โดยไม่ผูกพันในสาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง บริการจัดจำหน่าย บริการด้านสุขภาพและด้านสังคม และ บริการอื่นๆ นั้น

เมื่อเปรียบเทียบการค้าภาคบริการระหว่างไทยและจีน สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1) หากพิจารณาเฉพาะประเด็นการจำกัดเพดานการถือหุ้นของต่างชาติ อาจกล่าวได้ว่าจีนมีข้อจำกัดน้อยกว่าไทยมาก โดยสาขาที่ผูกพันเกือบทั้งหมดได้ยอมให้ต่างชาติถือหุ้นถึง 100% หรือถือหุ้นข้างมาก ในขณะที่ไทยกำหนดเพดานการถือหุ้นของต่างชาติไว้ไม่เกิน 49% ตามข้อกำหนดใน พ.ร.บ. ประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542¹⁵

¹⁵ พ.ร.บ. ต่างด้าวจําแนกธุรกิจบริการไว้ในบัญชีสาม ซึ่งหมายถึง สาขาที่ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขัน จำกัด จําเป็นต้องสงวนไม่ให้ต่างชาติถือหุ้นเกิน 49% เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกระทรวงพาณิชย์เป็นรายกรณีไป

2) อย่างไรก็ตาม หากจะสรุปว่าจีนเปิดตลาดบริการมากกว่าไทย ก็คงไม่ถูกต้องนัก แต่อาจเป็นเพราะ “วิธี” ในการควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างชาติของไทยกับจีนนั้นแตกต่างกัน โดยจีนไม่ได้กังวลว่าจะมีต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศ แต่ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพและผลประโยชน์ที่ธุรกิจและคนจีนจะได้รับจากบริการของต่างชาติอื่นๆ จึงมักกำหนดคุณสมบัติเพิ่มเติม เช่น เงินทุน ประสบการณ์ คุณวุฒิ และยังกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นขั้นต่ำของต่างชาติในกรณีร่วมทุนไว้ไม่ต่ำกว่า 25% ซึ่งหมายความว่า ถ้าต่างชาติจะเข้ามาประกอบธุรกิจบริการในจีน ก็จำเป็นต้องนำเงินเข้ามาในจำนวนพอสมควร นอกจากนี้ จีนยังมีกฎระเบียบภายในประเทศอีกมากมาย ซึ่งสามารถทำได้ภายใต้ข้อบทว่าด้วยสิทธิในการกำหนดกฎระเบียบภายในประเทศ (Right to Regulate) การเข้าสู่ตลาดบริการของจีนจึงไม่ง่ายขึ้น แม้ว่าจะไม่มีข้อจำกัดเรื่องการถือหุ้นก็ตาม

3) ทั้งไทยและจีนให้ความสำคัญในการปกป้องทรัพยากรบุคคลของประเทศ และมักจะไม่ผูกพันใน Mode 4 นอกจากการเข้ามาชั่วคราวในกรณีผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ และเป็นการโอนย้ายภายในบริษัท และกรณีบุคลากรที่เห็นว่าเข้ามาแล้วจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศ เช่น หมอ อาจารย์ หรือกรณีที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะและขาดแคลน (ไม่แย่งงานคนในชาติ) เช่น จีนยอมให้พ่อครัวต่างชาติเข้ามาทำงานในโรงแรมและร้านอาหารในจีนได้ การเข้าไปทำงานในจีนจึงยังมีอุปสรรค และโอกาสในการเจรจาเพื่อผ่อนปรนข้อจำกัดในเรื่องนี้ในอนาคตอาจทำได้ยาก

2.2 ข้อตกลงด้านบริการภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน¹⁶

1) การเจรจาการค้าบริการในเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน

นอกเหนือไปจากพันธกรณีที่มิต่อกันในฐานะสมาชิก WTO ด้วยกันแล้ว ข้อตกลงด้านการค้าบริการระหว่างจีนกับไทยยังมีต่อกันภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ACFTA) ซึ่งมีพื้นฐานมาจากกรอบความร่วมมือหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ (Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between ASEAN and China) ที่ลงนามในปี 2545 โดยมีประเด็นหลัก 3 ด้านคือ การเปิดเสรีการค้าและการลงทุน ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และสินค้าที่เร่งลดภาษี (Early

¹⁶ 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

Harvest Scheme) ความตกลงในการค้าสินค้าเพื่อลดภาษีศุลกากรและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีจึงมีผลบังคับใช้ตามมาในปี 2547

อาเซียนและจีนได้ลงนามในความตกลงด้านการค้าบริการรวมทั้งข้อผูกพันการเปิดตลาดกลุ่มแรก (1st 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 จะต้องไม่มากกว่าที่เปิดไว้ในกลุ่มอาเซียนด้วยกันในกรอบ AFAS (ASEAN Framework Agreement on Services)

หลักการที่สำคัญอีกประการหนึ่งของ ACFTA คือการตีความว่าบริษัทใดบ้างถือเป็นผู้ให้บริการของประเทศที่เป็นภาคี โดยในกรณี mode 1 และ mode 2 จะตีความผู้ให้บริการของประเทศภาคีว่าหมายถึงบริษัทที่จดทะเบียนภายใต้กฎหมายของประเทศและทำธุรกิจส่วนใหญ่ (substantial) ในประเทศนั้นๆ โดยไม่ต้องดูความเป็นเจ้าของ แต่สำหรับกรณี mode 3 และ mode 4 จะต้องดูด้วยว่าเจ้าของบริษัทนั้นๆ เป็นคนของประเทศนั้นหรือไม่ เช่น บริษัทที่จัดตั้งตามกฎหมายไทยและประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะสามารถให้บริการข้ามพรมแดน (โดยไม่ไปตั้งบริษัทในจีน) ด้วยสิทธิการเข้าสู่ตลาดจีนภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ได้ทันที แต่หากต้องการเข้าไปตั้งบริษัทในจีนและใช้สิทธิตามข้อตกลง บริษัทร่วมทุนนั้นจะต้องมีคนไทยถือหุ้นอยู่มากกว่าครึ่งหนึ่งจึงจะจัดเป็นบริษัทไทย ดังนั้น ข้อตกลงนี้จึงไม่ได้เอื้อประโยชน์ให้ไทยในการเป็นฐานให้ประเทศที่สาม เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐฯ เข้าสู่ตลาดจีนได้

แม้ว่า ACFTA จะเป็นข้อตกลงระหว่างจีนกับอาเซียนทั้งกลุ่ม แต่สมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศก็ได้รับสิทธิที่จะเปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไปในสาขาที่มีความพร้อมก่อนได้ ดังนั้น ตารางข้อผูกพันที่แนบท้ายข้อตกลงของแต่ละประเทศจึงไม่จำเป็นต้องระบุสาขาเดียวกัน และไม่จำเป็นต้องเปิดเสรีในระดับที่เท่ากัน แต่เมื่อประเทศสมาชิกอาเซียนใดตกลงใจที่จะเปิดให้จีนแล้ว ก็ต้องเปิดให้กับสมาชิกอาเซียนอื่นๆ ด้วย เช่น ตารางข้อผูกพันของไทยระบุสาขาที่จะเปิดตลาดไว้ 4 สาขา ก็จะต้องเปิดให้กับทั้งจีนและประเทศอาเซียนอื่นๆ เท่ากัน ในทำนองเดียวกัน ตารางข้อผูกพันของบรูไนที่เปิดไว้เพียง 2 สาขา ก็จะต้องเปิดให้กับทั้งจีนและประเทศอาเซียนอื่นๆ รวมทั้งไทยด้วย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาปรัชญาร่วมกันของกลุ่มอาเซียนที่จะไม่เปิดให้คู่แข่งมากไปกว่าที่ตกลง

กันในกลุ่มอาเซียนด้วยกันเองแล้ว การที่ประเทศอาเซียนอื่นๆ จะได้ประโยชน์จากการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งเปิดตลาดให้กับจีนจึงไม่แตกต่างจากที่เคยได้ในเวทีของอาเซียนด้วยกันอยู่เดิม

สำหรับกรณีของจีน ข้อเสนอในการเปิดตลาดต่อประเทศสมาชิกอาเซียนจะเท่าเทียมกันทุกประเทศ นั่นคือ เปิดให้กับอาเซียนทุกประเทศในสาขาเดียวกัน ในระดับที่เท่ากัน (มีตารางข้อผูกพันเดียว)

ปัจจุบันการเจรจาเพื่อเปิดตลาดบริการในกลุ่ม ACFTA ยังคงดำเนินการต่อไป โดยอยู่ในระหว่างการแลกเปลี่ยนข้อเรียกร้องและข้อเสนอ (request/offer) เพิ่มเติมและคาดว่าจะเริ่มผูกพันการเปิดตลาดชุดที่สอง (2nd package) ได้ในปี 2552

2) ข้อผูกพันการเปิดตลาดกลุ่มแรก

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 จำนวนสาขาที่จีนและอาเซียนผูกพันกันใน ACFTA สรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สาขาบริการที่ผูกพันในการเปิดตลาดกลุ่มแรก

สาขา	จีน	ไทย	สิงคโปร์	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์	บรูไน	เวียดนาม	ลาว	กัมพูชา	พม่า
1. บริการธุรกิจ	■	■	■	■		■		■		■	■
2. บริการด้านการสื่อสาร			■	■		■		■		■	■
3. บริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง	■			■	■	■		■		■	
4. บริการจัดจำหน่าย			■					■		■	
5. บริการด้านการศึกษา		■	■	■				■		■	
6. บริการด้านสิ่งแวดล้อม	■		■			■		■		■	
7. บริการทางการเงิน			■	■				■	■	■	■
8. ด้านสุขภาพและด้านสังคม			■	■				■		■	
9. บริการด้านการท่องเที่ยว		■	■	■	■	■	■	■		■	
10. บริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา	■		■					■		■	
11. บริการขนส่ง	■	■	■	■			■	■		■	■
12. บริการอื่นๆ			■		■	■					

เมื่อพิจารณาตารางข้อผูกพันของจีน ในส่วนของ Horizontal Commitment สำหรับทั้ง 5 สาขาที่ผูกพัน มีใจความไม่ต่างจาก GATS ทั้งในเรื่องการกำหนดเพดานการถือหุ้นของต่างชาติ การไม่ผูกพันเรื่องสาขา การห้ามสำนักงานตัวแทนประกอบธุรกิจที่มีกำไร และการจำกัดระยะเวลาใช้ที่ดิน ประเด็นที่จีนเปิดให้เพิ่มเติมจาก GATS เป็นเรื่องการเคลื่อนย้ายบุคคลซึ่งเพิ่มประเภทของบุคคลที่อาจเข้ามาประกอบธุรกิจชั่วคราวได้อีก 2 ประเภท ได้แก่

1. ผู้ให้บริการตามสัญญา (Contractual Service Suppliers : CSS) ซึ่งหมายถึง ผู้ที่นายจ้างส่งเข้ามาเพื่อให้บริการกับผู้บริโภคในจีนตามที่มีสัญญาคงลงกันไว้ โดยที่นายจ้างไม่มีบริษัทตั้งอยู่ในจีน CSS นี้จะต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมและมีความเชี่ยวชาญในงาน ซึ่งจะอยู่ในจีนได้ตามอายุสัญญาและไม่เกิน 1 ปี ในสาขาบริการด้านบัญชี การแพทย์และทันตกรรม สถาปนิก วิศวกร การวาง

ผังเมือง บริการด้านคอมพิวเตอร์ การก่อสร้างและวิศวกรรม การศึกษา (ต้องมีวุฒิปริญญาตรีขึ้นไป มีใบประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประสบการณ์มากกว่า 2 ปี) และการท่องเที่ยว

2. ผู้ให้บริการติดตั้งและดูแลรักษาเครื่องจักรและเครื่องมืออุตสาหกรรมอื่นๆ (Installers and Services) โดยต้องมีคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญ และอยู่ภายใต้สัญญาติดตั้งและดูแลรักษา ระหว่างผู้ที่สร้างเครื่องจักรกับผู้ซื้อซึ่งต้องเป็นนิติบุคคลทั้งคู่ สามารถอยู่ในจีนได้ตามระยะเวลาใน สัญญา ไม่เกิน 3 เดือน

สำหรับการเปิดตลาดรายสาขานั้น บริการที่จีนผูกพันเพิ่มเติมจาก GATS มีดังนี้

1) บริการทำความสะอาดอาคาร บริการดูแลรักษาและซ่อมรถยนต์ ให้อาเซียนถือหุ้นได้ ถึง 100% โดยไม่มีเงื่อนไข

2) บริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา (เฉพาะบริการจัดการการแข่งขันกีฬา บริการเกี่ยวกับสนามกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการพนัน ยกเว้นกอล์ฟ) บริการพิมพ์หีบห่อและบรรจุภัณฑ์ ให้ประเทศอาเซียนสามารถถือหุ้นได้ถึง 100% แต่ต้องผ่าน เกณฑ์ความจำเป็นทางเศรษฐกิจก่อน (Economic need test)

3) บริการด้านการบริหารจัดการโครงการ (ที่ไม่ใช่โครงการก่อสร้าง) บริการจัดหา บุคลากร ต้องเป็นลักษณะร่วมทุนโดยอาเซียนถือหุ้นข้างมากได้ แต่ต้องผ่านเกณฑ์ความจำเป็นทาง เศรษฐกิจก่อน (Economic need test)

4) บริการขนส่งมวลชน ให้อาเซียนถือหุ้นได้ไม่เกิน 49% และต้องผ่านเกณฑ์ความจำเป็น ทางเศรษฐกิจก่อน (Economic need test)

2.3 สรุปการเปิดตลาดการค้าบริการของจีนกับไทย

เมื่อรวมตารางข้อผูกพันที่จีนมีต่อไทยทั้งใน GATS และ ACFTA เข้าด้วยกัน สามารถ สรุปได้ดังนี้

1) สาขาบริการที่จีนมีข้อตกลงที่จะผูกพันการเปิดตลาดให้กับไทย มีทั้งหมด 10 สาขา ได้แก่

- สาขาบริการธุรกิจ
- สาขาบริการด้านการสื่อสาร
- สาขาบริการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง
- สาขาบริการจัดจำหน่าย
- สาขาบริการด้านการศึกษา

- สาขาบริการด้านสิ่งแวดล้อม
- สาขาบริการทางการเงิน
- สาขาบริการด้านการท่องเที่ยว
- สาขาบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา
- สาขาบริการขนส่ง

ส่วนสาขาที่จีนไม่ผูกพันในทั้ง 2 ความตกลง ได้แก่ สาขาบริการด้านสุขภาพและด้านสังคม และสาขาบริการอื่นๆ จึงจะเห็นได้ว่า ข้อตกลงด้านบริการในเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ในการตกลงรอบแรกนี้ ยังไม่ได้ให้สิทธิประโยชน์กับไทยในสาขาที่มีความสามารถในการแข่งขัน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สปา เพิ่มเติมไปจากที่เคยได้ในฐานะสมาชิก WTO อย่างไรก็ตาม อาจมีโอกาสดักดันให้จีนเปิดตลาดมากขึ้นในการเจรจาต่อไป

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

3) ในข้อผูกพันเฉพาะรายสาขา (Specific Commitment) จัดกลุ่มธุรกิจบริการที่อยู่ในข้อตกลง ตามระดับการเปิดตลาดได้ดังนี้

3.1 สาขาที่จีนเปิดให้ไทยโดยไม่มีเงื่อนไข¹⁷ หมายถึง สาขาที่ไทยเข้าไปให้บริการได้ ไม่ว่าจะเป็นบริการข้ามพรมแดน หรือเข้าไปตั้งบริษัทที่เป็นของไทย 100% โดยไม่มีเงื่อนไขอื่นนอกจากที่ระบุใน Horizontal Commitment ได้แก่ บริการด้านภาษี บริการเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ บริการให้คำปรึกษาด้านการจัดการ บริการให้คำปรึกษาด้านการประมวลผลข้อมูลทางการเงิน บริการเกี่ยวกับบรรณภัณฑ์ บริการทำความสะอาด บริการรับส่งวัสดุภัณฑ์ แฟรนไชส์ โรงแรมและร้านอาหาร บริการขนส่งทางรถยนต์และรถไฟ บริการซ่อมรถยนต์ และโกดังเก็บสินค้า

¹⁷ เงื่อนไขในที่นี้หมายถึงข้อสงวนมาตรฐานในความตกลงที่ใช้ในการเจรจาการค้า เช่น MFN การประคับคองเชิงคนชาติ การจำกัดเขตแดนการถือหุ้น การจำกัดขอบเขตการทำธุรกิจ ไม่ได้รวมถึงกฎระเบียบภายในอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรค

3.2 สาขาที่จีนเปิดให้ไทยโดยมีเงื่อนไขด้านการตั้งบริษัท หมายถึงสาขาที่การให้บริการจำเป็นต้องมีรูปแบบของบริษัท (commercial presence) ตั้งอยู่ในจีน (ซึ่งเป็นของไทย 100% ก็ได้) หรือถ้าเป็นการให้บริการข้ามพรมแดนแบบไม่มีบริษัทก็ต้องผ่านตัวแทนจีน ได้แก่ สถาปนิก วิศวกร บริการวางผังเมือง บริษัทโฆษณา บริการพิมพ์หีบห่อบรรจุภัณฑ์ บริการค้าส่ง บริการกำจัดขยะ ของเสีย มลภาวะ สุขอนามัย การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม บริการจัดการการแข่งขัน กีฬา บริการเกี่ยวกับสนามกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวก (ยกเว้นกอล์ฟ) และบริการด้านการพนัน

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

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

3.5 สาขาที่จีนเปิดให้ไทยโดยมีเงื่อนไขด้านการถือหุ้น หมายถึง สาขาที่ไทยจะเข้าไปให้บริการในจีนได้ด้วยการร่วมทุนกับจีนเท่านั้น สาขาที่จีนยอมให้ไทยถือหุ้นข้างมาก ได้แก่ การแพทย์และทันตกรรม บริการด้านซอฟต์แวร์ บริการที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตร ป่าไม้ สัตว์ และประมง บริการถ่ายภาพ บริการจัดนิทรรศการ บริการวิจัยตลาด บริการบริหารจัดการโครงการที่ไม่ใช่โครงการก่อสร้าง บริการจัดหาบุคลากร โกดังสินค้าทางเรือและบริการด้านศุลกากร คอนเทนเนอร์ บริการด้านการศึกษา ส่วนสาขาที่จีนจะต้องถือหุ้นข้างมาก ได้แก่ บริการโทรคมนาคม บริการโฮตทัสน์ บริษัทหลักทรัพย์ประกันภัย ประกันชีวิต บริการขนส่งทางอากาศ ตัวแทนส่งสินค้าทางเรือ บริการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศ บริการขนส่งมวลชน

3.6 สาขาที่จีนสามารถใช้มาตรการอุดหนุนผู้ให้บริการในประเทศให้มีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ให้บริการจากต่างชาติได้ ได้แก่ สาขาโฮตทัสน์ สาขาการบิน และสาขาทางการแพทย์

4) จินอนุญาตการให้บริการใน Mode 2 (Consumption Abroad) ในเกือบทุกสาขา โดยอนุญาตให้คนจีนเดินทางมารับบริการกับผู้ให้บริการในประเทศไทยได้ ในเกือบทุกสาขา ยกเว้น สาขาการเงิน ซึ่งมีข้อกำหนดเรื่องการควบคุมการเคลื่อนย้ายเงินทุน ดังรายละเอียดข้อผูกพัน รายสาขาดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อผูกพันเฉพาะรายสาขาในการเข้าสู่ตลาดบริการและการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติของจีนในกรอบ WTO และเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (✓ = เปิดโดยไม่มีเงื่อนไข ✕ = ไม่ผูกพัน)

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
1. บริการธุรกิจ					
1.1 บริการวิชาชีพ					
1.1.1 วิชาชีพกฎหมาย	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะสำนักงานตัวแทนเท่านั้น แต่ทำกิจกรรมที่มีกำไรได้ - ต้องไม่จ้างทนายความขึ้นทะเบียนที่เป็นคนจีนให้ทำงานนอกประเทศ - ตัวแทนที่สำนักงานว่าจ้างต้องพำนักรในจีนไม่น้อยกว่า 6 เดือนใน 1 ปี และกำหนดคุณสมบัติประสบการณ์ของตัวแทน	✕	GATS
1.1.2 วิชาชีพบัญชี ผู้ตรวจบัญชี	✓	✓	- นักบัญชีต้องได้ใบอนุญาตจากหน่วยงานจีน	✕	GATS
1.1.3 บริการด้านภาษี	✓	✓	✓	✕	GATS
1.1.4 สถาปนิก วิศวกร การวางผังเมือง	ต้องร่วมกับบริษัทจีน	✓	- ผู้ให้บริการจะต้องได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจเดียวกันในประเทศตน	✕	GATS
1.1.5 การแพทย์และทันตกรรม	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้น	ให้หมอต่างชาติเข้ามา	GATS

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
			ข้างมากได้ - หมอและบุคลากรทางการแพทย์เกินครึ่งต้องเป็นคนจีน	ชั่วคราวได้ 6 เดือน ขยายได้ถึง 1 ปี	
1.2 บริการด้านคอมพิวเตอร์					
1.2.1 บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับฮาร์ดแวร์	✓	✓	✓	- วุฒิปริญญาตรี หรือได้ใบรับรอง - ประสบการณ์ 3 ปี	GATS ACFTA
1.2.2 บริการด้านซอฟต์แวร์	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้	- วุฒิปริญญาตรี หรือได้ใบรับรอง - ประสบการณ์ 3 ปี	GATS ACFTA
1.2.3 บริการด้านการประมวลผลข้อมูล	✓	✓	✓	- วุฒิปริญญาตรี หรือได้ใบรับรอง - ประสบการณ์ 3 ปี	GATS ACFTA
1.3 บริการอสังหาริมทรัพย์					
1.3.1 บริการที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นเจ้าของหรือเช่า	✓	✓	✓	✕	ACFTA

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
1.3.2 บริการที่มีค่าธรรมเนียมและสัญญา	✓	✓	✓	✕	ACFTA
1.4 บริการธุรกิจอื่นๆ					
1.4.1 โฆษณา	ต้องผ่านตัวแทนจีน		✓	✕	GATS
1.4.2 บริการให้คำปรึกษาด้านการจัดการ	✓	✓	✓	✕	GATS ACFTA
1.4.3 บริการวิเคราะห์และตรวจสอบทางเทคนิค	✓	✓	- ต้องมีประสบการณ์จากประเทศของตนมาเกิน 3 ปี	✕	GATS
1.4.4 บริการที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตร ป่าไม้ ลำสัตว์ และประมง	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้	✕	GATS
1.4.5 บริการเกี่ยวกับการขุดเจาะน้ำมันนอกประเทศ	✓	✓	- เฉพาะการสำรวจปิโตรเลียมที่ร่วมมือกับบริษัทจีน	✕	GATS
1.4.6 บริการเกี่ยวกับการขุดเจาะน้ำมันในประเทศ	✓	✓	- เฉพาะการสำรวจปิโตรเลียมที่ร่วมมือกับบริษัทปิโตรเลียมแห่งชาติในพื้นที่ที่รัฐบาลเห็นชอบ - ต้องมีสาขาและเปิดบัญชีธนาคารในประเทศ	✕	GATS
1.4.7 บริการถ่ายภาพ	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้น	✕	GATS

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
			ข้างมากได้		ACFTA
1.4.8 บริการบรรจุภัณฑ์	✓	✓	✓	✗	GATS
1.4.9 บริการจัดนิทรรศการ	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้	✗	GATS
1.4.10 บริการแปลและล่าม	✓	✓	✓	ประสบการณ์ 3 ปี	ACFTA
1.4.11 บริการดูแลรักษา ซ่อม และเช่าเครื่องจักร	✓	✓	- บริการเช่าเครื่องจักร ต้องมีสินทรัพย์มากกว่า 5 ล้าน USD	✗	
1.4.12 บริการวิจัยตลาด (เฉพาะการเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มสินค้าในตลาด)	✗	✗	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้	✗	ACFTA
1.4.13 บริการบริหารจัดการโครงการที่ไม่ใช่โครงการก่อสร้าง	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้	✗	ACFTA
1.4.14 บริการจัดหาบุคลากร	✗	✗	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้	✗	ACFTA
1.4.15 บริการทำความสะอาด	✗	✓	✓	✗	ACFTA
1.4.16 บริการพิมพ์หีบห่อบรรจุ	✗	✗	✓	✗	ACFTA

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
ภัณฑ์					
2. บริการด้านการสื่อสาร					
2.1 บริการรับส่งวัสดุภัณฑ์	✓	✓	✓	✗	GATS
2.2 บริการโทรคมนาคม					
2.2.1 บริการ E-mail เสี่ยงตอบรับ ข้อมูลออนไลน์ การส่งข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ การประมวลผล ข้อมูล โทรสาร	✗	✓	- ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน 50%	✗	GATS
2.2.2 บริการโทรคมนาคมพื้นฐาน (ส่งข้อความ)	✗	✓	- ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน 50%	✗	GATS
2.2.3 บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่ง ข้อมูล โทรสาร	✗	✓	- ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน 49%	✗	GATS
2.3 บริการโสตทัศน					
2.3.1 วีดีโอ ซอฟต์แวร์ อัดเสียง	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะ contractual joint venture	✗	GATS
2.3.2 โรงหนัง	✓	✓	- ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน 49%	✗	GATS
3. บริการก่อสร้างและวิศวกรรม	✗	✓	บริษัทที่ต่างชาติถือหุ้น 100% จะทำธุรกิจได้ เฉพาะ	✗	GATS ACFTA

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
			- โครงการก่อสร้างที่กู้จากสถาบันการเงินระหว่างประเทศ - โครงการที่เข้าของเงินทุนเกิน 50% เป็นต่างชาติ - โครงการที่ซับซ้อน จีนทำไม่ได้		
4. บริการจัดจำหน่าย					
4.1 นายหน้า ค้าส่ง (ยกเว้นเกลือและยาสูบ)	✗	✓	✓	✗	GATS
4.2 ค้าปลีก (ยกเว้นยาสูบ)	ให้เฉพาะสิ่งทางไปรษณีย์	✓	- ไม่อนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นข้างมากเฉพาะกรณีที่มีร้านค้าในเครือมากกว่า 30 แห่งสำหรับบางสินค้า	✗	GATS
4.3 แฟรนไชส์	✓	✓	✓	✗	GATS
5. บริการด้านการศึกษา					
5.1 ประถม มัธยม การศึกษาขั้นสูง ศึกษาผู้ใหญ่ อื่นๆ (ไม่รวมการศึกษาก่อนบังคับ)	✗	✓	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้	- อนุญาตถ้าได้รับเชิญจากสถาบันการศึกษาของจีน - ปฏิญญาตรีขึ้นไป	- GATS - S

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
				- ประกาศนียบัตรวิชาชีพ - ประสบการณ์ 2 ปี	
6. บริการด้านสิ่งแวดล้อม (ไม่รวมการติดตามประเมินผล และการตรวจมลพิษ)					
6.1 บริการกำจัดขยะ ของเสีย มลภาวะ สุขอนามัย การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม	ให้เฉพาะการให้คำปรึกษา	✓	✓	✗	ACFTA
7. บริการด้านการเงิน					
7.1 ประกันภัย ประกันชีวิต	✗	✓	- สำหรับประกันชีวิตอนุญาตเฉพาะร่วมกับจีน ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 50% - กำหนดทุนขั้นต่ำ 200 ล้าน USD	✗	GATS
7.2 นายหน้าประกัน	ให้เฉพาะรายใหญ่	✗	- อนุญาตเฉพาะรายใหญ่ (large scale)	✗	GATS
7.3 การธนาคาร	ให้เฉพาะการให้คำปรึกษา	✓	ข้อกำหนดเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลประโยชน์ประกอบ	✗	GATS

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
7.4 การเช่าซื้อรถจักรยานยนต์	ให้เฉพาะการให้ คำปรึกษา	✓	✓	✗	GATS
7.5 บริการให้คำปรึกษา ประมวลผล ข้อมูลทางการเงิน	✓	✓	✓	✗	GATS
7.6 บริษัทหลักทรัพย์	ให้เฉพาะบาง ตราสาร	✓	- สำหรับธุรกิจจัดการลงทุน ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน 49 % - สำหรับ underwriter ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน 1/3	✗	GATS
8. บริการด้านการท่องเที่ยว					
8.1 โรงแรมและร้านอาหาร	✓	✓	✓	อนุญาตกรณีผู้จัดการ เชฟ ที่มีสัญชาติต่าง	GATS
8.2 บริษัทนำเที่ยว	✓	✓	- อนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้น 100% กรณีมีทุนจดทะเบียนเกิน 2.5 ล้านบาทและทำธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะในจีน (ไม่อนุญาต outbound)	✗	GATS
9. บริการขนส่ง					
9.1 บริการขนส่งทางทะเล					

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
9.1.1 บริการระหว่างประเทศ	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะกรณีระหว่างเรือติดธงจีน ให้ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 49%	✗	GATS
9.1.2 โกดังสินค้าทางเรือและบริการด้านศุลกากร คอนเทนเนอร์	✗	✓	- อนุญาตเฉพาะร่วมทุนกับจีน ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้	✗	GATS
9.1.3 ตัวแทนส่งสินค้าทางเรือ	✓	✓	- ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน 49%	✗	GATS
9.2 บริการขนส่งทางน้ำภายในประเทศ	✓	✓	✗	✗	GATS
9.3 บริการขนส่งทางอากาศ					
9.3.1 บริการดูแลรักษาและซ่อมเครื่องบิน	✗	✓	- อนุญาตเฉพาะเงินถือหุ้นข้างมาก และต้องทำธุรกิจระหว่างประเทศเท่านั้น	✗	GATS ACFTA
9.3.2 บริการระบบคอมพิวเตอร์	อนุญาตเป็นรายกรณี	✓	- อนุญาตเฉพาะเงินถือหุ้นข้างมาก	✗	ACFTA
9.4 บริการขนส่งทางรถยนต์และรถไฟ	✓	✓	✓	✗	GATS ACFTA
9.4.1 บริการดูแลรักษาและซ่อมรถ	✓	✓	✓	✗	ACFTA
9.4.2 บริการขนส่งมวลชน	✓	✓	- อนุญาตเฉพาะเงินถือหุ้นข้างมาก	✗	ACFTA
9.5 บริการที่เกี่ยวข้อง					

สาขา/สาขาย่อย	Mode 1	Mode 2	Mode 3	Mode 4	กรอบ
9.5.1 โกดัง	✗	✓	✓	✗	GATS ACFTA
9.5.2 ตัวแทนผู้ส่งสินค้า (freight forwarding)	✓	✓	- ประสบการณ์ 3 ปี - เวลาดำเนินการไม่เกิน 20 ปี - ตั้งสาขาได้หลังจากเริ่มดำเนินการ 1 ปี - ตั้งบริษัทร่วมทุนแห่งที่สองได้เมื่อแห่งแรกดำเนินการเกิน 2 ปี	✗	GATS ACFTA
10. บริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา เฉพาะบริการจัดการการแข่งขันกีฬา บริการเกี่ยวกับสนามกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการพนัน ยกเว้นกอล์ฟ)	✗	✗	✓	✗	ACFTA

3 ข้อตกลงความร่วมมือการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดระหว่างจีนกับฮ่องกง และจีนกับมาเก๊า หรือ CEPA (Mainland and Hong Kong Closer Economic Partnership Arrangement)

นอกจากกรอบการเจรจาการค้าเสรีระหว่างอาเซียนกับจีนแล้ว กรอบความร่วมมือทางการค้าที่จีนได้ลงนามกับรัฐและประเทศอื่นๆ ก็อาจมีผลต่อการค้าการลงทุนระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเช่นไทย กับจีนเช่นกัน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งหนึ่งในความร่วมมือทางการค้าของจีนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อประเทศอาเซียนคือ ข้อตกลงความร่วมมือการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดระหว่างจีนกับฮ่องกง และจีนกับมาเก๊า หรือ **CEPA (Mainland and Hong Kong Closer Economic Partnership Arrangement)** ซึ่งเป็นกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ได้รับการพัฒนาอย่างมีขั้นตอน เพื่อเปิดเสรีทั้งทางด้านการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุนระหว่างกัน โดยจีนและฮ่องกงได้ลงนามร่วมกันเพื่อรับรองเนื้อหาหลัก (Main Text) ของข้อตกลง CEPA เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2546 และลงนามรับรองเนื้อหาในภาคผนวก (Annexes) อีก 6 ส่วน เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2546 นอกจากนี้ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามรับรองเอกสารประกอบข้อตกลงเพิ่มเติม (Supplements) ซึ่งสนับสนุนการขยายความร่วมมือด้านการเปิดเสรีการค้าระหว่างทั้งสองฝ่ายให้มากยิ่งขึ้นตามลำดับ โดยได้มีการลงนามในเอกสารประกอบไปแล้ว 5 ครั้ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ถึง พ.ศ. 2551 โดยแต่ละครั้ง ทั้งจีนและฮ่องกงได้ระบุรายละเอียดการเปิดเสรีในแต่ละสาขามากขึ้นกว่าเดิม โดยเน้นให้มณฑลกว่างตงเป็นพื้นที่นำร่องในการเปิดเสรีภาคบริการระหว่างทั้งสองฝ่าย ในการนี้รัฐบาลจีนได้ผ่อนผันกฎระเบียบด้านการลงทุนจากต่างชาติ และมาตรฐานด้านวิชาชีพ เพื่อให้ นักธุรกิจและบุคลากรจากฮ่องกงสามารถเข้ามาให้บริการในมณฑลกว่างตงได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ จนถึงปี 2551 นี้ ทั้งสองฝ่ายได้ผูกพันที่จะเปิดเสรีการค้าบริการระหว่างกันแล้ว 17 สาขาหลัก (sectors) ครอบคลุมประมาณ 40 สาขาย่อย (sub-sectors) รวมทั้งนำมาตรการอำนวยความสะดวกต่อการค้าและการเปิดเสรีภาคบริการ (services liberalisation and facilitation measures) มาใช้ทั้งหมด 29 มาตรการ นอกจากนี้ ทั้งสองฝ่ายยังได้ตกลงที่จะร่วมมือกันในด้านอื่นๆ เช่น ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องหมายการค้า ตราสินค้า และข้อตกลงด้านมาตรฐานวิชาชีพร่วมกัน (Mutual Recognition Agreement)¹⁸ สำหรับในด้านการลงทุนรัฐบาลของทั้งสองฝ่ายอนุญาตให้มีการลงทุนระหว่างกันหลายรูปแบบ ทั้งในแบบของการร่วมทุนกับนักลงทุนภายในประเทศ (Joint Venture) และการลงทุนแบบให้ต่างชาติถือหุ้นได้ 100% (wholly foreign-owned)

¹⁸ ข้อมูลจาก Trade and Industry Department, The Government of the Hong Kong Special Administrative

Region: <http://www.tid.gov.hk/english/cepa/>

ตารางที่ 3 ประเภทของบริการที่เปิดเสรีเพิ่มเติม ตามกรอบการเจรจา CEPA ในแต่ละครั้ง¹⁹

เอกสารประกอบ	วันที่ที่ลงนาม	จำนวนสาขาหลัก (sector) บริการเปิด	รายละเอียด
Supplement I	27 ตุลาคม 2547	17	<u>สาขาที่เปิดเสรีคือ</u> ที่ปรึกษาด้านบริหาร โฆษณา อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง Audiovisual, freight forwarding agency การขนส่ง การ กระจายสินค้า
			(รวมถึงร้านค้าที่ปัจเจกบุคคลเป็นเจ้าของ) ธนาคาร ประกันภัย การจัดประชุมและนิทรรศการ บัญชี แพทย์และ ทันตแพทย์ logistics บริการด้านการฝากของและคลังสินค้า ท่องเที่ยว กฎหมาย ตลาดหลักทรัพย์ และ โทรคมนาคม
Supplement II	18 ตุลาคม 2548	8	เป็นการขยายขอบเขตการเปิดเสรีของการค้าบริการบาง สาขาซึ่งถูกรับรองไว้ใน CEPA I ออกไป ได้แก่ การบริการ ด้านสนามบิน นายหน้าออกสิทธิบัตร นายหน้าด้านการ แนะนำงาน นายหน้าจัดหางาน บริการ IT นายหน้าด้าน เครื่องหมายสินค้า บริการด้าน ความบันเทิงทางวัฒนธรรม (cultural entertainment) และ การสอบเพื่อวัดคุณสมบัติ ด้านวิชาชีพ
Supplement III	27 มิถุนายน 2549	10	- เพิ่มมาตรการเปิดเสรี 23 มาตรการ สำหรับภาคบริการ 10 สาขา - เป็นการขยายขอบเขตการเปิดเสรีของการค้าบริการจาก CEPA I และ II ได้แก่ การบริการเกี่ยวกับกฎหมาย การ บัญชี audiovisual การก่อสร้าง การกระจายสินค้า ธนาคาร การท่องเที่ยว การคมนาคม และร้านค้าที่ปัจเจก บุคคลเป็นเจ้าของ - การเปิดเสรีดังกล่าวเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตสินค้าบริการของ ฮ่องกงเข้ามาลงทุนในจีนได้ก่อนการเปิดเสรีของจีน

¹⁹ รวบรวมจากเว็บไซต์ “ศูนย์บริการข้อมูลในจีน”

เอกสารประกอบ	วันที่ที่ลงนาม	จำนวนสาขาหลัก (sector) บริการเปิด	รายละเอียด
			ภายใต้ WTO และในบางสาขา เช่น บริการด้านโสตทัศนูปกรณ์ (audiovisual services) การคมนาคม และการกระจายสินค้า ซึ่งได้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2549 - จาก CEPA I จนถึง CEPA III จีนได้เปิดเสรีภาคบริการแก่ผู้ประกอบการภาคบริการฮ่องกงภายใต้ CEPA รวม 27 สาขา
Supplement IV	29 มิถุนายน 2550	8	- ขยายการเปิดเสรีภาคบริการเพิ่มเติม รวมเป็นทั้งสิ้น 13 สาขา (63 วิชาชีพ) รวมทั้งได้มีการออกมาตรการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Measures) ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2551
Supplement V	29 กรกฎาคม 2551 จะเริ่มมีผลในวันที่ 1 มกราคม 2552	8	ระบุนการผ่อนผันข้อกำหนดในบางสาขาให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น รวมทั้งสิ้น 44 สาขาย่อย เช่น บริการด้านการบัญชี สถาปัตยกรรม วิศวกรรม การวางผังเมือง การแพทย์และทันตกรรม การทำเหมืองแร่ ขุดเจาะแร่ธาตุ การพิมพ์ การจัดแสดงนิทรรศการ ฯลฯ ทั้งนี้ เน้นความร่วมมือระหว่างฮ่องกงกับมณฑลกวางตุ้ง โดยการมอบอำนาจให้แก่มณฑลกวางตุ้งในการอนุมัติใบอนุญาตประกอบธุรกิจ หรือตรวจสอบและรับรองคุณสมบัติของผู้ให้บริการจากฮ่องกง

สำหรับการเจรจา CEPA ฉบับล่าสุด (Supplement V: 2551) จีนและฮ่องกงได้ขยายมาตรการอำนวยความสะดวกแก่การค้าบริการระหว่างทั้งสองประเทศเพิ่มขึ้นกว่าฉบับก่อนๆ ในบางสาขา เช่น

ก) บริการจัดแสดงนิทรรศการ (Convention and Exhibition) จีนอนุญาตให้บริษัทที่เป็นผู้ให้บริการสัญชาติฮ่องกง ที่ตั้งสถานประกอบการใน ปักกิ่ง เทียนจิน ฉงชิ่ง และ เจ้อเจียง ทั้งในรูปแบบของการร่วมทุนกับผู้ประกอบการในจีน หรือในแบบที่เป็นการถือหุ้นโดยชาวฮ่องกง 100% สามารถจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศได้ โดยถือว่ามาตรการนี้เป็นโครงการนำร่อง เพื่อการเปิด

เสรีเพิ่มขึ้นในคราวต่อไป (มาตรการนี้ขยายการเปิดเสรีขึ้นกว่า CEPA ฉบับปี 2550 ซึ่งคลุมพื้นที่เพียง กวางตุ้งกับเซี่ยงไฮ้เท่านั้น)

ข) บริการด้านการธนาคาร (Banking) - อนุญาตให้ธนาคารสัญชาติฮ่องกงที่จดทะเบียนในจีน สามารถตั้งศูนย์บริการข้อมูลของตนในฮ่องกงได้

ค) บริการด้านก่อสร้างและวิศวกรรม (Construction and Related Engineering Services)

ค.1) อนุญาตให้ผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพสาขาดังกล่าว ที่ได้รับใบรับรองคุณสมบัติด้านวิศวกรรมวางแผนเมืองและการควบคุมจากหน่วยงานในประเทศจีน ให้สามารถจดทะเบียนและประกอบอาชีพดังกล่าวได้ในมณฑลกวางตุ้ง ไม่ว่าผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวจะได้จดทะเบียนประกอบวิชาชีพในฮ่องกงหรือไม่ก็ตาม และ

ค.2) ยกเลิกข้อกำหนดด้านสัดส่วนการถือหุ้นของหุ้นส่วนชาวจีน ในการจัดตั้งธุรกิจในประเทศจีน ด้านการออกแบบด้านวิศวกรรมและการก่อสร้าง ร่วมกับนักลงทุนชาวฮ่องกง

ง) บริการด้านการท่องเที่ยว (Tourism)

ง.1) มอบอำนาจให้แก่รัฐบาลของมณฑลกวางตุ้ง ในด้านการอนุมัติใบสมัครขอจัดตั้งบริษัทตัวแทนด้านการท่องเที่ยว (travel agents) ในมณฑลกวางตุ้ง โดยผู้ให้บริการชาวฮ่องกง ทั้งในรูปแบบของการร่วมลงทุนและการถือหุ้นโดยชาวฮ่องกง 100%

ง.2) อนุญาตให้ผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในฮ่องกงเป็นการถาวร (Hong Kong permanent residents) ที่มีสัญชาติจีนให้สามารถเข้ารับการทดสอบคุณสมบัติการเป็นไกด์นำเที่ยวในประเทศจีนได้ โดยผู้ที่สอบผ่านจะได้รับประกาศนียบัตรการเป็นไกด์นำเที่ยวในประเทศจีน โดยเป็นไปตามเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง

จ) บริการด้านการแพทย์และทันตกรรม (Medical and Dental Services)

จ.1) อนุญาตให้ผู้ให้บริการสัญชาติฮ่องกง สามารถจัดตั้งคลินิกผู้ป่วยนอกในมณฑลกวางตุ้ง โดยถือหุ้น 100% ได้ และหากเป็นลักษณะการร่วมลงทุน รัฐบาลจีนก็จะไม่กำหนดเพดานการถือหุ้นระหว่างทั้งสองฝ่าย ในธุรกิจดังกล่าว และสำหรับผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในฮ่องกงเป็นการถาวรและมีสัญชาติจีน ซึ่งมีคุณสมบัติด้านการแพทย์ที่เพียงพอ สามารถยื่นขอใบประกอบโรคศิลป์ในจีนได้ โดยผ่านการรับรองจากหน่วยงานด้านสาธารณสุขของมณฑลกวางตุ้ง

ฉ) บริการด้านการจัดจำหน่าย (Distribution services) ซึ่งรวมถึง

ฉ.1) บริการนายหน้าจัดส่งสินค้า ยกเว้นสินค้าเกลือและยาสูบ (Commission agents' services, excluding salt and tobacco)

ฉ.2) บริการค้าส่ง

ฉ.3) บริการค้าปลีก

ฉ.4) บริการแฟรนไชส์

กำหนดให้ผู้ให้บริการสัญชาติฮ่องกงที่เปิดสาขาในประเทศจีนมาแล้วมากกว่า 30 สาขา สามารถจัดตั้งบริษัทโดยถือหุ้นเองทั้งหมด 100% ได้ (จากการกำหนดเพดานการถือหุ้นของผู้ประกอบการสัญชาติฮ่องกงที่ 51% ใน Supplement II) สำหรับการจำหน่ายสินค้าดังต่อไปนี้ สินค้าเวชภัณฑ์ ยาฆ่าแมลง Mulching films ปุ๋ยเคมี น้ำมันพืช น้ำตาล ฝ้าย (จากเดิมที่ระบุข้อจำกัดในการจำหน่ายสินค้าหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และรถยนต์ ไว้ใน Supplement II ด้วย แต่ภายหลังข้อกำหนดสำหรับสินค้าเหล่านี้ได้ถูกยกเลิกไปในวันที่ 11 ธันวาคม 2549) ทั้งนี้สินค้านี้ดังกล่าวจะต้องเป็นสินค้าต่างยี่ห้อกัน และมาจากผู้ผลิตหลากหลายราย

ช) การจัดตั้งร้านค้าของตนเอง (Individually Owned Stores)

รัฐบาลจีนอนุญาตให้ผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในฮ่องกงเป็นการถาวร ที่มีสัญชาติจีน เข้ามาจัดตั้งธุรกิจการเงินได้ในทุกมณฑล เขตปกครองตนเอง และทุกจังหวัดของจีน โดยไม่ต้องผ่านขั้นตอนการขออนุมัติการลงทุนเช่นเดียวกับการลงทุนจากชาติอื่นๆ ทั้งนี้จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านบริหารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของจีน และสามารถใช้อิทธิพลพิเศษดังกล่าวเฉพาะในสาขาบริการต่อไปนี้เท่านั้นคือ บริการทำความสะอาดภายในอาคาร (building-cleaning services) และบริการผลิตโฆษณา (advertising production services) โดยที่จำนวนพนักงานภายในร้านจะต้องไม่เกิน 8 คน

นอกจากนี้รัฐบาลจีนยังให้สิทธิพิเศษต่อผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในฮ่องกงเป็นการถาวร ที่มีสัญชาติจีน ให้เข้ามาลงทุนในมณฑลกว่างตุ้งได้สะดวกขึ้นกว่าเดิม ตามเงื่อนไขข้างต้น โดยเป็นการให้สิทธิพิเศษในสาขาบริการดังต่อไปนี้เท่านั้น (ไม่รวมธุรกิจแฟรนไชส์) คือ การจัดตั้งตัวแทนนายหน้าด้านการค้า แต่ไม่รวมบริการประมูลสินค้า (Trade brokerage and commission agency, excluding auction) และบริการให้เช่ายกเว้นการให้เช่าบ้าน (renting and leasing services, excluding the renting and leasing of housing premises) โดยที่กำหนดให้พนักงานในร้านจะต้องมีจำนวนไม่เกิน 8 คนเช่นกัน

สำหรับนิยามของคำว่า “ผู้ให้บริการ” ในกรณีที่เป็นนิติบุคคลนั้น ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. นิติบุคคลที่จัดตั้งตามกฎหมายว่าด้วยบริษัท (Companies Ordinance) หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องของเขตปกครองพิเศษฮ่องกง (Hong Kong Special Administrative Region) และต้องได้รับใบอนุญาตจดทะเบียนธุรกิจอย่างถูกต้อง ซึ่งเซิงอรรถของภาคผนวก 5 ได้ขยายความของนิยาม “ผู้ให้บริการ” ไว้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้นว่า สำหรับบริษัทต่างชาติ สำนักงานตัวแทน สำนักงานประสานงาน บริษัทหน้าด่านของบริษัทแม่ หรือบริษัทที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการบางประเภทแก่บริษัทแม่เท่านั้น และได้รับการจดทะเบียนในฮ่องกง จะไม่ถือว่าเป็น ผู้ให้บริการสัญชาติฮ่องกง ภายใต้กรอบ CEPA (Any overseas company, representative office, liaison office, ‘mail box company’, and company specifically established for providing certain services to its parent company, which is registered in Hong Kong, is not a Hong Kong service supplier under this Annex.’²⁰ แต่ทั้งนี้ คำนิยามดังกล่าวไม่ครอบคลุมถึงกรณีของผู้ให้บริการด้านกฎหมาย

2. นิติบุคคลที่ประกอบกิจการในฮ่องกงอย่างมีนัยสำคัญ โดยต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้

(2.1) ลักษณะและขอบเขตของธุรกิจ

ลักษณะและขอบเขตของธุรกิจของผู้ให้บริการสัญชาติฮ่องกงในฮ่องกงควรครอบคลุมถึงลักษณะและขอบเขตของบริการที่ผู้ให้บริการตั้งใจจะนำเสนอในประเทศจีนด้วย

(2.2) ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ

ผู้ให้บริการจะได้รับการพิจารณาว่าเป็นผู้ให้บริการสัญชาติฮ่องกง จะต้องได้รับการจดทะเบียนและจัดตั้งในฮ่องกง รวมทั้งประกอบธุรกิจในฮ่องกงมาแล้วไม่ต่ำกว่า 3 ปี ยกเว้นในสาขาบริการดังต่อไปนี้

²⁰ คูเซิงอรรถ 1 ใน ‘Annex 5: Definition of ‘Service Supplier’ and Related Requirements’ CEPA Official Text
<http://www.tid.gov.hk/english/cepa/files/annex5.doc>

สาขาบริการ	จำนวนปีขั้นต่ำที่บริษัทได้ประกอบธุรกิจ ในฮ่องกงมาแล้ว
ก่อสร้างและบริการด้านวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง	5 ปี
อสังหาริมทรัพย์ (real estate)	ไม่มีข้อจำกัด
ธนาคารและบริการด้านการเงินอื่นๆ (ยกเว้น บริการด้านประกันและหลักทรัพย์)	5 ปีหลังจากที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโดย เจ้าหน้าที่ด้านการคลัง ตามกฎหมายว่าด้วยการ ธนาคาร
ประกันและบริการที่เกี่ยวข้อง	5 ปี

ทั้งนี้ ภาคผนวก 5 ได้ขยายความไว้ในเชิงอรรถ 2) ว่า นับจากวันที่ CEPA เริ่มมีผลบังคับใช้ ธุรกิจบริการสัญชาติฮ่องกงที่มีบริษัทซึ่งไม่ได้มีทั้งสัญชาติฮ่องกงและจีน ถือหุ้นอยู่เกินกว่า 50% เป็นเวลาอย่างน้อย 1 ปี นับตั้งแต่วันที่เข้าบริษัทนั้นได้ทำการควบรวมหรือครอบครองกิจการของ ธุรกิจบริการสัญชาติฮ่องกง ก็ให้ถือว่าบริษัทที่ถูกควบรวมหรือครอบครองกิจการนั้นมีสัญชาติ ฮ่องกงด้วยเช่นกัน ('From the day the 'CEPA' comes into effect, where more than 50% of the equity interest of a Hong Kong service supplier has been owned for at least a year since a merger or acquisition by a service supplier other than one from either side, the service supplier which has been acquired or merged will be regarded as a Hong Kong service supplier.')²¹

จะเห็นได้ว่า นิยาม “นิติบุคคลสัญชาติฮ่องกง” ในข้อ 2.2 เป็นการเปิดโอกาสให้บริษัท ต่างชาติที่ต้องการได้รับสิทธิพิเศษในการเข้าไปลงทุนในจีน สามารถกระทำการได้โดยผ่านการ จัดตั้งบริษัทที่ฮ่องกงก่อน โดยเข้าควบรวมกิจการของฮ่องกงและถือหุ้นมากกว่า 50% ในกิจการ นั้นๆ เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 1 ปี ก็จะได้รับพิจารณาว่าเป็นนิติบุคคลที่มีสัญชาติฮ่องกง และ สามารถได้รับสิทธิพิเศษภายใต้ข้อตกลง CEPA เพื่อเข้าสู่ตลาดบริการของจีนได้ทันที แต่ทั้งนี้ ระดับการเปิดเสรีด้านบริการที่จีนมีให้ต่อฮ่องกงนั้น ยังคงขึ้นอยู่กับข้อกำหนดในแต่ละสาขาบริการ นิติสาร Hong Kong Trader ประเมินว่า นับแต่ปี 2003 ที่ CEPA มีผลบังคับใช้ CEPA ได้ช่วยสร้าง งานใหม่เพิ่มขึ้นถึง 36,000 งาน และดึงดูดการลงทุนเข้าสู่ฮ่องกงแล้วคิดเป็นมูลค่าถึง 642 ล้าน เหรียญสหรัฐ²²

²¹ คู่มืออรรถ 2 ใน 'Annex 5: Definition of 'Service Supplier' and Related Requirements' CEPA Official Text

²² (2008) 'Services in the CEPA Spotlight' Hong Kong Trader, September 1.

4 กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการลงทุนในภาคบริการของจีน

4.1 แนวคิดในเชิงนโยบายของจีนเกี่ยวกับการลงทุนในภาคบริการจากต่างชาติ

รัฐบาลจีนมีแนวนโยบายอย่างชัดเจนที่ต้องการเน้นพัฒนาภาคบริการของประเทศ ดังจะเห็นได้จากการบรรจุระเบียบเพื่อเร่งการพัฒนาภาคบริการไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งหนึ่งในมาตรการสำคัญคือการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติในภาคบริการในรูปแบบที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาภาคบริการของประเทศ เช่น ในธุรกิจที่จะนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาให้คนจีนได้เรียนรู้ หรือธุรกิจที่บริษัทจีนสามารถรับ outsource ได้ นอกจากนั้น กระแสการเปิดเสรีทางการค้าที่จีนได้เข้ามามีส่วนร่วม ตั้งแต่การเข้าเป็นสมาชิก WTO จนถึงกรอบทวิภาคีและภูมิภาคต่างๆ ทำให้จีนต้องเปิดประเทศ แต่ก็วางกรอบให้ประเทศสามารถใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีได้สูงสุดโดยสอดคล้องกับนโยบายและทิศทางในการพัฒนาของประเทศ ดังนั้น กฎหมายและกฎระเบียบ รวมถึงแนวทางในการส่งเสริมการลงทุนไม่ว่าจะเป็นในระดับประเทศหรือระดับมณฑลที่จะกล่าวในส่วนต่อไปจึงล้วนแล้วแต่สะท้อนแนวคิดดังกล่าวทั้งสิ้น

4.2 กฎหมายและกฎระเบียบระดับประเทศ

1) กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ (Foreign Trade Law)

เมื่อเข้าเป็นสมาชิก WTO รัฐบาลจีนตระหนักถึงความจำเป็นในการแก้กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ โดยทำการปรับปรุงแล้วเสร็จในปี 2547 ในหมวดว่าด้วยการค้าบริการนั้นได้กำหนดกรอบกว้างๆว่าประเทศจีนจะปฏิบัติตามพันธกรณีภายใต้สนธิสัญญาการค้าระหว่างประเทศที่จีนได้เข้าร่วม โดยจะเปิดตลาด (market access) และให้การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (national treatment) กับประเทศคู่สัญญา ซึ่งทุกหน่วยงานภายใต้รัฐบาลกลางที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการค้าบริการระหว่างประเทศจะต้องดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายฉบับนี้ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลอาจกำหนดข้อจำกัดหรือข้อห้ามสำหรับบริการต่างประเทศได้ ในกรณีต่อไปนี้

- 1) ข้อจำกัดหรือข้อห้ามมิไว้เพื่อพิทักษ์ความมั่นคงของชาติและประโยชน์สาธารณะ

- 2) ข้อจำกัดหรือข้อห้ามมิไว้เพื่อปกป้องสุขอนามัยของประชาชน พืช สัตว์ และสิ่งแวดล้อม
- 3) ข้อจำกัดมิไว้เพื่อการเร่งให้เกิดธุรกิจบริการภายในประเทศในบางสาขา
- 4) ข้อจำกัดมิไว้เพื่อรักษาดุลการชำระเงินของประเทศ
- 5) ข้อจำกัดหรือข้อห้ามมิไว้ตามที่กฎหมายหรือกฎระเบียบกำหนด
- 6) ข้อจำกัดหรือข้อห้ามมิไว้ตามที่สนธิสัญญาระหว่างประเทศกำหนด

นอกจากนั้น กฎหมายยังได้เน้นความโปร่งใส โดยให้หน่วยงานต่างๆที่เป็นผู้ออกกฎระเบียบภายใต้กฎหมายนี้ จัดให้มีการเผยแพร่กฎระเบียบต่างๆและให้สาธารณะชนเข้าถึงได้โดยง่ายอีกด้วย

2) กฎระเบียบของรัฐบาลกลาง (State Council) ว่าด้วยข้อชี้แนะสำหรับการลงทุนจากต่างชาติ (Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries)

รัฐบาลกลางได้ประกาศกฎระเบียบบริหาร (administrative regulation) มาบังคับใช้เพื่อกำหนดประเภทของธุรกิจที่จะส่งเสริม จำกัด หรือห้ามไม่ให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งได้เริ่มประกาศรายการธุรกิจดังกล่าวตั้งแต่ปี 2538 โดยให้คณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูป (National Development and Reform Commission) ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ ทำการปรับปรุงแก้ไขรายการธุรกิจที่อยู่ในประเภทต่างๆให้สอดคล้องกับนโยบายในการพัฒนาประเทศ ซึ่งภายหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO แล้ว ได้มีการแก้ไขรายการธุรกิจใน catalogue หลายครั้ง โดยครั้งล่าสุดเป็นการแก้ไขครั้งที่ 4 เมื่อเดือนตุลาคม ปี 2551 เพื่อสนองนโยบายของรัฐในการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจมหภาคและอุตสาหกรรม รวมถึงการใช้ประโยชน์จากการลงทุนจากต่างประเทศให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งประกาศรายการธุรกิจนี้จะกำหนดทิศทางของกฎเกณฑ์ต่างๆทั้งในระดับประเทศและมณฑลไม่ว่าจะเกี่ยวกับการส่งเสริม จำกัด หรือห้ามการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมด

Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries จำแนกประเภทธุรกิจการลงทุนจากต่างประเทศออกเป็น 4 จำพวก ได้แก่

- 1) ธุรกิจที่อนุญาตให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ (Permitted Foreign Investment Industries) หมายถึงธุรกิจอื่นๆที่อยู่นอกเหนือรายการที่ประกาศ โดยนักลงทุนต่างชาติ

ที่ต้องการจะประกอบธุรกิจในหมวดนี้สามารถยื่นจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจได้โดยไม่ต้องขออนุมัติส่งเสริมการลงทุนหรือขออนุญาตประกอบกิจการ

- 2) ธุรกิจที่ส่งเสริมให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ (Encouraged Foreign Investment Industries) หมายถึงรายการธุรกิจที่ให้สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งอาจแตกต่างกันไปตามแต่ละมณฑลหรือเมือง โดยนักลงทุนต่างชาติที่ต้องการได้รับสิทธิประโยชน์จะต้องได้รับการอนุมัติโครงการจากหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าตั้งแต่ระดับอำเภอขึ้นไป²³
- 3) ธุรกิจที่จำกัดการลงทุนจากต่างประเทศ (Restricted Foreign Investment Industries) หมายถึงรายการธุรกิจที่นักลงทุนต่างชาติต้องขออนุญาตก่อนทำการประกอบธุรกิจ โดยนอกจากจะต้องยื่นคำร้องต่อหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าตั้งแต่ระดับอำเภอขึ้นไปแล้ว ยังต้องขออนุญาตต่อหน่วยงานภายใต้สังกัดของกระทรวงที่ดูแลภาคธุรกิจนั้นๆ ซึ่งหน่วยงานท้องถิ่นที่รับคำร้องไม่สามารถอนุญาตเองได้แต่จะต้องส่งเรื่องให้กระทรวงต้นสังกัดเป็นผู้อนุมัติ²⁴
- 4) ธุรกิจที่ห้ามการลงทุนจากต่างประเทศ (Prohibited Foreign Investment Industries) หมายถึงธุรกิจที่ห้ามไม่ให้นักลงทุนต่างชาติประกอบกิจการ ไม่สามารถยื่นคำร้องหรือขออนุญาตได้

สำหรับรายการธุรกิจในแต่ละประเภทรายนั้น Catalogue ได้แบ่งธุรกิจออกเป็น 15 กลุ่ม ได้แก่

- 1) การเกษตร ป่าไม้ ปศุสัตว์ และประมง
- 2) การสำรวจและขุดเจาะ
- 3) อุตสาหกรรมการผลิต
- 4) การผลิตและจัดจำหน่ายพลังงาน ก๊าซ และน้ำ
- 5) บริการโทรคมนาคมและขนส่ง
- 6) บริการค้าส่งและค้าปลีก
- 7) บริการด้านการธนาคารและประกัน

²³ วิทยาลัย ตังกิดติภากรณ์และคณะ, โครงการศึกษาวิเคราะห์กฎหมายการค้าและการลงทุนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

²⁴ วิทยาลัย ตังกิดติภากรณ์และคณะ, โครงการศึกษาวิเคราะห์กฎหมายการค้าและการลงทุนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

- 8) อสังหาริมทรัพย์
- 9) บริการทางธุรกิจและให้เช่า
- 10) การวิจัยทางวิทยาศาสตร์ บริการทางเทคโนโลยี
- 11) การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม น้ำ และบริการสาธารณะ
- 12) บริการด้านการศึกษา
- 13) บริการด้านสุขภาพและสวัสดิการสังคม
- 14) บริการด้านการบันเทิง กีฬา และวัฒนธรรม
- 15) ธุรกิจอื่นๆ

ซึ่งแต่ละกลุ่มต่างก็มีธุรกิจที่ถูกจัดประเภทเป็น ส่งเสริม จำกัด และต้องห้าม ดังจะสรุปภาคธุรกิจที่อยู่ในภาคบริการไว้ในตารางที่ 4 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ภาคธุรกิจบริการที่ถูกจัดประเภทเป็นธุรกิจที่ส่งเสริม จำกัด และต้องห้าม

กลุ่มธุรกิจ	ส่งเสริม	จำกัด	ต้องห้าม
บริการโทรคมนาคมและขนส่ง	- การก่อสร้างทางรถไฟ ทางด่วน ถนน ท่าเรือ และสนามบิน - บริษัทการบิน - การก่อสร้างท่อส่งน้ำมัน - บริการโกดังเก็บสินค้า	-	-
บริการค้าส่งและค้าปลีก	- การค้าปลีก ค้าส่ง และลอจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายสินค้าทั่วไป - ลอจิสติกส์สมัยใหม่	- ธุรกิจขายตรง ขายทางไปรษณีย์ อินเทอร์เน็ต แฟรนไชส์ - การค้าปลีก ค้าส่ง และจัดจำหน่าย เมล็ดพันธุ์ ฝ้าย น้ำมันพืช น้ำตาล ยาสูบ และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร - การจัดจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับวีดิทัศน์ (ยกเว้นหนัง) - การประมูล - การค้าส่งน้ำมัน ปิมน้ำมัน	-
บริการด้านการธนาคารและประกัน		- ธนาคาร บริษัทเงินทุน ทรัสต์ - บริษัทประกันและนายหน้าประกัน - บริษัทหลักทรัพย์ การจัดการกองทุน	-

กลุ่มธุรกิจ	ส่งเสริม	จำกัด	ต้องห้าม
		- บริษัทเกี่ยวกับสัญญาล่วงหน้า	
บริการทางธุรกิจ	- บัญชีและการตรวจสอบบัญชี - บริษัทที่ปรึกษาด้านข้อมูล - บริการด้าน IT	- ที่ปรึกษากฎหมาย - วิจัยตลาด	- บริการเกี่ยวกับการสืบสวน
บริการด้านการศึกษา	- การศึกษาขั้นสูง (ร่วมทุนเท่านั้น)	- การศึกษาระดับมัธยม	- การศึกษาเฉพาะด้าน เช่น ตำรวจ ทหาร
บริการด้านสุขภาพและสวัสดิการสังคม	- บริการสำหรับคนชรา คนพิการ	- บริการที่ให้การรักษาทางการแพทย์	-
บริการด้านการบันเทิง กีฬา และวัฒนธรรม	- โรงละคร - ฟิตเนส การฝึกสอนกีฬา	- โรงหนัง - สวนสนุก	- สำนักข่าว - หนังสือพิมพ์ - สถานีโทรทัศน์ - การสร้างหนัง - การพนัน - สนามกอล์ฟ

3) รูปแบบการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในจีน

3.1) กิจการที่เป็นทุนต่างชาติทั้งหมด (Wholly Foreign-Owned Enterprise)²⁵

หมายถึงกิจการที่ลงทุนโดยต่างชาติทั้งหมด โดยนักลงทุนต่างชาติจะต้องยื่นขออนุมัติโครงการกับหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าซึ่งจะใช้เวลาพิจารณาไม่เกิน 90 วัน เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว นักลงทุนต่างชาติต้องยื่นขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจกับหน่วยงานด้านอุตสาหกรรมและการค้าภายใน 30 วัน

3.2) กิจการร่วมทุนเรือนหุ้น (Chinese-Foreign Equity Joint Ventures)²⁶

หมายถึงกิจการที่ต่างชาติร่วมทุนกับจีนในลักษณะการถือหุ้นในรูปแบบของบริษัทจำกัด ซึ่งโดยทั่วไปแล้วต่างชาติจะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียน โดยอาจลงทุนในรูปแบบของเงินสดหรือทรัพย์สินที่เทียบเคียงได้กับเงินสด (in kind) เช่น เทคโนโลยี เครื่องมือ

²⁵ Law of the People's Republic of China on Foreign-capital Enterprises, 31 October 2000

²⁶ Law of People's Republic of China on Chinese-Foreign Equity Joint Ventures, 15 March 2001

ทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งจะต้องมีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของจีน และอนุญาตให้ฝ่ายจีนมีสิทธิใช้ได้ตลอดอายุของการประกอบธุรกิจ

สำหรับขั้นตอนในการขออนุญาตนั้น ให้ยื่นเอกสารประกอบด้วยสัญญาร่วมทุน ข้อบังคับบริษัท (Article of Association) ต่อหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าซึ่งจะใช้เวลาพิจารณาไม่เกิน 90 วัน หลังจากนั้นจึงทำการจดทะเบียนกับหน่วยงานด้านอุตสาหกรรมและการค้าเพื่อขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจต่อไป

3.3) กิจการร่วมประกอบการในลักษณะสัญญา²⁷ (Chinese-Foreign Contractual Joint Ventures)

หมายถึงกิจการที่ต่างชาติร่วมประกอบการกับจีนโดยระบุเกี่ยวกับการแบ่งปันผลกำไร ความรับผิดชอบ ลักษณะการลงทุน การบริหาร ตลอดจนการแบ่งทรัพย์สินเมื่อเลิกกิจการไว้ในสัญญา

ในการขออนุญาตให้ผู้ต้องการประกอบกิจการยื่นเอกสารประกอบด้วยสัญญาร่วมทุน ข้อบังคับบริษัท (Article of Association) ต่อหน่วยงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าซึ่งจะใช้เวลาพิจารณาไม่เกิน 45 วัน หลังจากนั้นจึงทำการจดทะเบียนกับหน่วยงานด้านอุตสาหกรรมและการค้าเพื่อขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจภายใน 30 วัน หลังจากได้รับอนุญาต และจดทะเบียนกับหน่วยงานด้านภาษีภายใน 30 วันนับจากวันเริ่มกิจการ

4.3 มาตรการส่งเสริมการลงทุนในเมืองที่ศึกษา

1. กวางโจว

นักลงทุนต่างชาติที่ลงทุนในกวางโจว จะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีตามกฎหมายของมณฑลกวางตุ้งว่าด้วยการยกเว้นและลดภาษีเงินได้นิติบุคคลและภาษีท้องถิ่นให้กับกิจการที่ลงทุนโดยต่างชาติ (Exemption and Reduction of Local Income Tax for Foreign Investment Enterprises) ซึ่งต้องการส่งเสริมการลงทุนในกิจการระยะยาว กิจการที่ใช้เทคโนโลยีสูง กิจการเพื่อการส่งออก และกิจการในพื้นที่ที่ต้องการส่งเสริม โดยให้สิทธิพิเศษทางภาษี ดังนี้

²⁷ Law of People's Republic of China on Chinese-Foreign Contractual Joint Ventures, 31 October 2000

- 1) กิจกรรมที่มีระยะเวลาการลงทุนมากกว่า 10 ปี หรือลงทุนในท่าเรือจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลใน 2 ปีแรก และลดลงครึ่งหนึ่ง (จากร้อยละ 30 เป็น ร้อยละ 15) ในอีก 3 ปีต่อมา นอกจากนี้ยังได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่น (ร้อยละ 3) ในช่วง 5 ปีแรก
- 2) กิจกรรมที่ลงทุนโดยใช้เทคโนโลยีสูง จะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลลงครึ่งหนึ่งและยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่นเป็นเวลา 3 ปี
- 3) กิจกรรมที่มีการส่งออกมากกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าการผลิตใน 1 ปี จะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลลงครึ่งหนึ่งและยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่นในปีนั้น
- 4) กิจกรรมที่ตั้งในเขตภูเขาจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่น

2. เงินเงิน

นอกจากสิทธิพิเศษทางภาษีที่นักลงทุนต่างชาติจะได้รับตามระเบียบของมณฑลกว้างตั้งเช่นเดียวกับการลงทุนในกวางโจวตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นักลงทุนที่ลงทุนในเงินเงินในธุรกิจที่อยู่ในหมวด “อนุญาต” และหมวด “ส่งเสริม” ตามระเบียบชี้แนะสำหรับการลงทุนจากต่างชาติ จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีและอื่นๆเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) กิจกรรมที่ลงทุนโดยต่างชาติทั่วไป จะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลลงครึ่งหนึ่ง จากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 15 และได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่น (ร้อยละ 3)
- 2) กิจกรรมที่ลงทุนในภาคการผลิตจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลใน 2 ปีแรก และลดลงครึ่งหนึ่งในปีต่อไป
- 3) กิจกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออกจะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลเหลือร้อยละ 10 ในปีที่มีการส่งออกเกินร้อยละ 70 ของมูลค่าการผลิต และลดค่าธรรมเนียมการใช้ที่ดินเหลือครึ่งหนึ่ง
- 4) กิจกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงจะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลเหลือร้อยละ 10 เป็นเวลา 3 ปี และลดค่าธรรมเนียมการใช้ที่ดินเหลือครึ่งหนึ่ง เป็นเวลา 5 ปี
- 5) กิจกรรมที่ลงทุนในภาคบริการโดยใช้เงินทุนมากกว่า 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีระยะเวลาที่ต้องการประกอบธุรกิจเกิน 10 ปี จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี นับจากปีที่เริ่มมีกำไร และลดลงเหลือครึ่งหนึ่งในอีก 2 ปีถัดไป
- 6) กิจกรรมร่วมทุนกับจีนโดยลงทุนในท่าเรือ และมีระยะเวลาที่ต้องการประกอบธุรกิจเกิน 15 ปี จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี นับจากปีที่เริ่มมีกำไร และลดลงเหลือครึ่งหนึ่งในอีก 5 ปีถัดไป

3. เชียงใหม่

รัฐบาลเชียงใหม่มีมาตรการส่งเสริมการลงทุน ดังนี้

1) การลดขั้นตอนการขออนุญาต

ให้หน่วยงานที่มีอำนาจของเชียงใหม่สามารถตรวจสอบและให้การอนุญาตประกอบธุรกิจต่อกิจการต่างชาติได้โดยไม่ต้องส่งเรื่องให้รัฐบาลกลาง ในกรณีที่เงินลงทุนไม่เกิน 100 ล้านบาท หรือรัฐสำหรับธุรกิจที่อยู่ในหมวด “อนุญาต” และ “ส่งเสริม” และไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือรัฐสำหรับธุรกิจที่อยู่ในหมวด “จำกัด”

นอกจากนั้น ยังมอบอำนาจให้หน่วยงานในระดับอำเภอ ในกรณีที่เงินลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท หรือรัฐสำหรับธุรกิจที่อยู่ในหมวด “ส่งเสริม” และไม่เกิน 10 ล้านบาท หรือรัฐสำหรับธุรกิจที่อยู่ในหมวด “อนุญาต” อีกด้วย

2) การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับกิจการที่ลงทุนในเขตผู้ต่ง (Pudong District)

- กิจการต่างชาติทั่วไปจะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลเหลือร้อยละ 15
- กิจการต่างชาติที่ต้องการมีระยะเวลาประกอบการเกิน 10 ปี จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 2 ปี นับจากปีที่เริ่มมีกำไร หลังจากนั้นจะได้รับการลดภาษีลงครึ่งหนึ่งเป็นเวลา 3 ปี
- กิจการที่ใช้เทคโนโลยีสูงจะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลเหลือร้อยละ 10 เป็นเวลา 3 ปี หลังจากหมดระยะเวลาที่ได้รับการยกเว้นภาษี
- กิจการที่ผลิตเพื่อการส่งออกเกินร้อยละ 70 ของมูลค่าการผลิตใน 1 ปี จะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลเหลือร้อยละ 10 ในปีนั้น หลังจากหมดระยะเวลาที่ได้รับการยกเว้นภาษี
- กิจการที่ลงทุนในท่าเรือและการคมนาคมขนส่งจะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลเหลือร้อยละ 15 นอกจากนี้ กิจการที่ต้องการประกอบการเกิน 15 ปี จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 5 ปี และลดลงครึ่งหนึ่งในอีก 5 ปีต่อไป
- กิจการที่ทำการก่อสร้างอาคารหรือซื้ออาคารเพื่อใช้เป็นสถานประกอบการเอง จะได้รับยกเว้นภาษีอสังหาริมทรัพย์เป็นเวลา 5 ปี นับจากวันที่ก่อสร้างเสร็จหรือวันที่ซื้ออาคารนั้นๆ

- สำหรับสถาบันการเงินต่างชาติ หรือสถาบันการเงินที่ร่วมทุนกับจีนที่มีเงินลงทุนหรือเงินที่ได้รับการจัดสรรจากสำนักงานใหญ่มากกว่า 10 ล้านเหรียญสหรัฐและต้องการประกอบกิจการเกิน 10 ปี จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในปีแรกที่เริ่มมีกำไรและได้รับลดหย่อนเหลือครึ่งหนึ่งในอีก 2 ปีถัดไป

4. ทางโจว

มณฑลเจ้อเจียงมีมาตรการส่งเสริมการลงทุน ดังนี้

1) การให้สิทธิประโยชน์ตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติ (Policies of Zhejiang Government on the Encouragement of Foreign Direct Investment) ซึ่งต้องการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่มีลักษณะเป็น โครงการระยะยาว การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การลงทุนที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง และการลงทุนในธุรกิจประเภท “ส่งเสริม” ดังนี้

- กิจการที่ลงทุนในการผลิตและกิจการที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงที่มีระยะเวลาโครงการมากกว่า 10 ปี จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลใน 2 ปีแรก และลดเหลือครึ่งหนึ่งใน 3 ปีถัดไป และจะได้รับภาษีที่จ่ายหลังจากนั้นอีก 5 ปีครั้งหนึ่ง
- กิจการเกี่ยวกับเกษตร ป่าไม้ ปศุสัตว์และประมง ที่ต้องการลงทุนมากกว่า 15 ปี จะได้รับภาษีการเกษตรคืนเป็นระยะเวลา 3 ปี นับจากปีที่เริ่มมีกำไร ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลใน 2 ปีแรก และลดหย่อนครึ่งหนึ่งในอีก 3 ปีถัดมา และได้รับสิทธิการใช้ที่ดิน 30 ปี
- กิจการที่ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน จะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลเหลือร้อยละ 15 ส่วนโครงการที่มีระยะเวลาไม่น้อยกว่า 15 ปี จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในช่วง 5 ปีแรก และลดเหลือครึ่งหนึ่งใน 5 ปีถัดไป
- กิจการที่ลงทุนในการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ การศึกษา บริการตัวกลาง และกิจการที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะได้รับคืนภาษีบางส่วนที่จ่ายไปใน 3 ปี นับจากปีที่เริ่มมีกำไร
- กิจการที่ลงทุนในธุรกิจหมวด “ส่งเสริม” และมีระยะเวลาโครงการมากกว่า 15 ปี จะได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมการใช้ที่ดินเป็นเวลา 5 ปี และลดเหลือครึ่งหนึ่งใน 5 ปีถัดไป

2) การยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่น (Regulations on the Exemption of the Local Income Tax for the Foreign Investment Enterprises and Foreign Enterprises) ดังนี้

- กิจกรรมที่ลงทุนในเขตเศรษฐกิจชายฝั่งทะเล เขตพัฒนาเทคโนโลยี จะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้ท้องถิ่นจากร้อยละ 3 เหลือร้อยละ 2.4
- กิจกรรมที่ลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจและเขตอุตสาหกรรม จะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้ท้องถิ่นจากร้อยละ 3 เหลือร้อยละ 1.5
- กิจกรรมที่มีระยะเวลาโครงการมากกว่า 10 ปี สำหรับธุรกิจทั่วไปจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่นใน 2 ปีแรก และลดลงเหลือครึ่งหนึ่งในอีก 3 ปีถัดไป ส่วนธุรกิจเพื่อการส่งออก ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง ธุรกิจที่ลงทุนเกิน 30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ธุรกิจการเกษตร หรือธุรกิจคมนาคมขนส่ง จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ท้องถิ่นเป็นเวลา 5-10 ปี

5 กฎหมายแรงงาน (Labour Contract Law)

วันที่ 29 มิถุนายน 2007 รัฐบาลจีนได้ผ่านร่างกฎหมายแรงงานฉบับใหม่ ซึ่งจะเริ่มมีผลตั้งแต่ปี 2008 เป็นต้นไป กฎหมายดังกล่าวให้ความคุ้มครองคนงานจีนในสาขาธุรกิจที่สำคัญๆ ของประเทศ โดยที่กฎหมายดังกล่าวกำหนดว่า นายจ้างจะต้องทำสัญญาว่าจ้างกับพนักงานทุกคนเป็นลายลักษณ์อักษร นับแต่วันที่พนักงานเริ่มปฏิบัติงาน หากนายจ้างและลูกจ้างรายใดไม่ตกลงทำสัญญาว่าจ้างระหว่างกัน ภายในระยะเวลา 1 ปีนับจากวันเริ่มงานของพนักงาน ให้ถือว่าสัญญาว่าจ้างระหว่างทั้งสองฝ่าย เป็นสัญญาว่าจ้างแบบไม่มีกำหนดเวลา มาตรา 9 ของกฎหมายกำหนดไม่ให้ นายจ้างยึดบัตรประชาชน หรือเอกสารแสดงตนอื่นๆ ของพนักงานไว้กับตน หรือเรียกเก็บค่าประกันหรือทรัพย์สินอื่นใดจากพนักงาน สำหรับการกำหนดระยะเวลาทดลองงานนั้น กฎหมายแรงงานฉบับใหม่ของจีนให้ความสำคัญแก่คนงานสูง โดยมาตรา 19 ระบุระยะเวลาของการทดลองงานเป็นส่วนสำคัญของระยะเวลาของสัญญาว่าจ้าง คือ หากสัญญาว่าจ้างมีระยะเวลาตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปแต่ไม่ถึง 1 ปี ให้การทดลองงานมีกำหนดเพียง 1 เดือนเท่านั้น หากสัญญาว่าจ้างมีอายุมากกว่า 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี ให้พนักงานทดลองงานเพียง 2 เดือน หากสัญญาว่าจ้างมีอายุมากกว่า 3 ปี หรือเป็นสัญญาที่ไม่มีกำหนดเวลา ให้ระยะเวลาทดลองงานไม่เกิน 6 เดือน อีกทั้ง นายจ้างสามารถให้พนักงานแต่ละคนทดลองงานได้เพียง 1 ครั้งเท่านั้น โดยไม่สามารถต่ออายุการทดลองงานของพนักงานได้²⁸

²⁸ (2007) 'Labor Contract Law of the People's Republic of China' *Beijing Review*, No. 40, October 4.

http://www.bjreview.com.cn/document/txt/2007-10/16/content_80896.htm

ในกรณีที่นายจ้างต้องการปลดพนักงานมากกว่า 20 คนในคราวเดียวกัน หรือต้องการปลดพนักงานน้อยกว่า 20 คนแต่จำนวนพนักงานที่ถูกปลดคิดเป็น 10% ของจำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัทแล้ว นายจ้างจำเป็นต้องแจ้งให้สหภาพแรงงาน คือ All-China Federation of Trade Unions ซึ่งเป็นสหภาพแรงงานที่อยู่ภายใต้ความควบคุมของพรรคคอมมิวนิสต์จีนโดยตรง หรือแจ้งให้พนักงานทั้งหมดทราบล่วงหน้า 30 วัน หลังจากได้รับความเห็นจากสหภาพแรงงานหรือจากพนักงาน และได้รายงานแผนการปลดพนักงานให้กรมแรงงานรับทราบแล้ว นายจ้างจึงจะสามารถทำการลดจำนวนพนักงานได้ แต่การปลดคนงานดังกล่าวจะสามารถกระทำได้ เฉพาะในกรณีที่นายจ้างกำลังอยู่ในระหว่างแผนฟื้นฟูธุรกิจภายใต้กฎหมายล้มละลาย หรือกำลังเผชิญกับปัญหาวิกฤตในด้านการผลิตหรือการดำเนินธุรกิจ หรือได้การนำเทคโนโลยีและเครื่องจักรมาใช้แทนคนงาน หรือในกรณีที่เศรษฐกิจตกต่ำ (มาตรา 41)

นอกจากนี้ กฎหมายยังจำกัดการใช้แรงงานชั่วคราว โดยถูกจ้างชั่วคราวที่ได้รับการต่อสัญญาระยะสั้นเกิน 2 ครั้ง จะต้องกลายเป็นพนักงานเต็มเวลา และได้รับสวัสดิการจากนายจ้างตลอดชีพ เช่นเดียวกับพนักงานเต็มเวลาอื่นๆ ซึ่งเป็นระบบเดียวกับที่ได้รับการนำมาใช้ในทวีปยุโรป นายจ้างจึงไม่สามารถปลดคนงานออกจากงานได้ง่ายๆดังเช่นเมื่อก่อน เนื่องจากการสั่งปลดคนงานทุกครั้งจะต้องได้รับใบอนุญาตจากสหภาพแรงงานที่อยู่ภายใต้ความควบคุมของพรรคคอมมิวนิสต์จีนโดยตรง (All-China Federation of Trade Unions) อย่างไรก็ตาม คนงานจีนไม่สามารถรวมตัวกันเองและก่อตั้งสหภาพแรงงานที่เป็นเอกเทศของตนเองได้ อีกทั้งสหภาพแรงงานของพรรคคอมมิวนิสต์จีนไม่อนุญาตให้คนงานนัดหยุดงาน (strikes)²⁹ แต่ถึงแม้คนงานของจีนอาจไม่มีสิทธิเสรีภาพในการสมาคมและเจรจาต่อรองร่วม ซึ่งเป็นสิทธิแรงงานขั้นพื้นฐานและเป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานแรงงานหลัก (Core Labour Standards) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization: ILO) แต่ก็กล่าวได้ว่า กฎหมายแรงงานฉบับใหม่ของจีนว่าด้วยสัญญาจ้างงาน ได้ให้สิทธิคุ้มครองคนงานจีนให้ได้รับการจ้างงานอย่างเป็นธรรม มากกว่าในอีกหลายๆประเทศ เช่น ข้อกำหนดในเรื่องระยะเวลาการทดลองงาน และการปลดคนงานจำนวนมากออกจากงานในเวลาเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งถึงแม้กฎหมายดังกล่าวอาจเป็นการเพิ่มต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการ แต่ในระยะยาวจะเป็นการยกระดับมาตรฐานการคุ้มครองแรงงานของจีน และเป็นสัญญาณบ่งบอกว่า รัฐบาลจีนได้ตระหนักดีว่า ไม่สามารถแข่งขันในตลาดโลก ด้วยการส่งออก

²⁹ (2007) 'China Passes a Sweeping Labor Law' *The New York Times*, June 30.

<http://www.nytimes.com/2007/06/30/business/worldbusiness/30chlabor.html>

สินค้าราคาถูกอันเป็นผลมาจากการลดต้นทุนที่สำคัญเช่น การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม
ได้อีกต่อไป

ภาคผนวก 2

1. ข้อมูลทั่วไปของเมืองกวางโจว



1.1 ข้อมูลทั่วไป

เมืองกวางโจว หรือชื่อเดิมว่า จูถิง (Chu Ting) เป็นเมืองสำคัญของมณฑลกวางตุ้ง (Guangdong) ที่ตั้งอยู่ทางด้านเหนือสามเหลี่ยมแม่น้ำจูเจียง (Pearl River Delta) มีพรมแดนติดกับทะเลจีนใต้ ส่องกง และมาเก๊า เมืองกวางโจวถือเป็นศูนย์กลางการค้าและการบริการที่สำคัญของจีน ทั้งในด้านการเงิน การค้า และการคมนาคมขนส่ง และเปรียบเสมือนเป็นประตูทางใต้ของจีนสู่โลก

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ลักษณะพื้นที่ทางตอนเหนือของกวางโจวจะเป็นที่สูง และทางตะวันตกเฉียงใต้เป็นที่ต่ำ ทางภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูเขาสูง ภาคใต้เป็นพื้นที่ที่มีตะกอนพัดพาในบริเวณสามเหลี่ยมแม่น้ำจูเจียง อากาศนั้นไม่หนาวหรือร้อนจนเกินไป เขียวชอุ่มตลอดปี โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ย 22.8 องศาเซลเซียส

การแบ่งเขตการปกครอง 10 เขต 2 เมืองระดับอำเภอ 33 ตำบล และ 129 ชุมชน

พื้นที่ 7,434 ตร.กม.

ประชากร 10.04 ล้านคน (2550)

ตารางที่ 1 พื้นที่และความหนาแน่นของประชากรเมืองกวางโจว ปี 2550

Guangzhou's area and population density in 2007					
District and county-level cities	Area (km ²)	Registered Population by year's end (thousand person)	Permanent Population by year's end (thousand person)	Registered Population density (p/ km ²)	Permanent Population density (p/ km ²)
The city	7,434.4	7,734.8	10,045.8	1,040	1,351
1. District	3,843.43	6,367.7	8,747.3	1,657	2,276
Liwan	59.10	704.8	728.4	11,925	12,325
Yuxiu	33.80	1,158.4	1,026.3	34,272	30,364
Haizhu	90.40	907.9	1,321.6	10,043	14,619
Tianhe	96.33	690.0	1,118.5	7,163	11,611
Baiyun	795.79	776.5	1,622.9	976	2,039
Huangpu	90.95	195.5	300.3	2,149	3,302
Panyu	786.15	975.1	1,495.8	1,240	1,903
Huadu	970.04	639.3	728.6	659	751
Nansha	527.65	148.6	192.4	282	365
Luogang	393.22	171.6	212.5	436	540
2. County-level cities	3,590.97	1,367.1	1,298.5	381	362
Zengcheng	1,616.47	818.0	790.0	506	489
Conghua	1,974.50	549.1	508.5	278	258

ที่มา : The People's Government of Guangzhou Municipality, Guangzhou Statistical Yearbook 2008

สินค้าเศรษฐกิจ

ผลไม้

กล้วย ลิ้นจี่ สับปะรด และส้ม เป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงมากของกวางโจว ส่วนสินค้าได้รับการยกย่องว่าสวยงามติดอันดับของกวางโจวคือ หยกแกะสลัก และไม้แกะสลัก

ทรัพยากรธรรมชาติ

เมืองกวางโจวอุดมไปด้วยแหล่งน้ำทั้งขนาดเล็กและใหญ่ ที่มีแร่มากกว่า 50 ชนิด นอกจากนี้ยังมีสัตว์ป่ากว่า 210 สายพันธุ์อีกด้วย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นน้ำ และมีน้ำพุร้อนใต้ดิน ทรัพยากรที่สำคัญจะเป็นข้าวเจ้า จะปลูกปีละ 2 ครั้ง พืชเศรษฐกิจส่วนใหญ่คือ ผัก ผลไม้ ดอกไม้

1.2 ด้านการคมนาคม

ทางบก

ทางรถไฟ

กวางโจวมีเส้นทางสายหลักอยู่ 2 สาย ซึ่งจะเชื่อมโยงไปยังเมืองต่างๆ ได้แก่ สายที่ 1 เส้นทาง ปักกิ่ง-กวางโจว และปักกิ่ง –เกาสุน ผ่านนครกวางโจว และเส้นทางสาย กวางโจว-ปักกิ่ง

สายที่ 2 จากสถานีเทียนเหอ ผ่านเมืองจี้เจียง มณฑลเจียงซี และผ่านไปยังฮ่องกงและฉัวเถา

ทางรถยนต์

กวางโจวมีเส้นทางหลวง ได้แก่ ทางหลวงหมายเลข 105 107 321 และ 325 เชื่อมเมืองหลักต่างๆ ของจีนรวมถึงทางด่วน 11 สาย เชื่อมกับเมืองในจีนตอนใต้ เช่น ทางด่วนวงแหวนรอบนอกระยะทาง 60 กม. และมีถนนไปยังเมืองเซินเจิ้นโดยใช้เวลาเพียง 2 ชม. ไปฮ่องกง 4 ชม. ไปชุ่นเต๋อไม่ถึง 90 นาที และไปเมืองฝอซานเพียง 45 นาที และยังมีเส้นทางไปยังเมืองจูไห่และมาเก๊าภายใน 3 ชม.(ที่มา: ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน)

ทางอากาศ

ท่าอากาศยานนานาชาติแห่งใหม่ของกวางโจวชื่อไป๋ยุน (Baiyun) มีเที่ยวบินระหว่างประเทศมากกว่า 50 เที่ยวบิน และเที่ยวบินภายในประเทศ 100 เที่ยวบิน เป็นหนึ่งในสามของศูนย์กลางการบินของจีน มีเส้นทางการบินแผ่ไปทั่วภูมิภาคตอนใต้ของจีน และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีอาคารผู้โดยสารที่สามารถรองรับผู้โดยสารได้ถึง 100 ล้านคน และรองรับการขนถ่ายสินค้า 2.5 ล้านตันต่อปี (ที่มา: Guangzhou Municipality)

ทางเรือ

กวางโจวมีท่าเรือ 3 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือกวางโจว หวงผู่ และสือหาง และท่าเรือหวงผู่เป็นท่าเรือที่ใหญ่ที่สุดสำหรับการค้าขายกับต่างประเทศทางจีนตอนใต้

1.3 ข้อมูลทางเศรษฐกิจของเมืองกวางโจว

ตารางที่ 2 ดัชนีทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญของเมืองกวางโจว (2550)

	มูลค่า			
	2521	2548	2549	2550
ผลิตภัณฑ์มวลรวมเมืองกวางโจว (พันล้านหยวน)	4.3	249.2	607.3	710.9
Per Capita GRP (หยวน)	907	25,626	63,100	71,808
โครงสร้าง GDP (Gross Domestic Product) ของเมืองกวางโจว				
อุตสาหกรรมภาคการเกษตร (พันล้านหยวน)	0.5	9.4	12.8	14.9
อุตสาหกรรมภาคการผลิต (พันล้านหยวน)	2.5	102.1	243	280.7
อุตสาหกรรมภาคบริการ (พันล้านหยวน)	1.2	137.6	351.5	415.3
- ธุรกิจคมนาคมขนส่ง จัดเก็บสินค้า และไปรษณีย์	N/A	N/A	66.4	73.2
- ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก	N/A	N/A	59	68.8
- ธุรกิจด้านที่พักอาศัยและจัดเลี้ยง	N/A	N/A	15.4	18.6
- ธุรกิจการเงิน	N/A	N/A	23.5	34.2
- ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	N/A	N/A	41.2	49.8
- อื่นๆ	N/A	N/A	146.00	170.70
การค้าปลีก (พันล้านหยวน)	1.7	112.1	218.2	259.5
เงินเฟ้อ (ดัชนีราคาผู้บริโภค, %)	N/A	N/A	-0.65	1.32
มูลค่าการค้า				
มูลค่าการส่งออก (ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ)	N/A	266.68	323.77	379.02
มูลค่าการนำเข้า (ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ)	N/A	268.08	313.81	355.91
การลงทุนจากต่างประเทศ (ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ)	N/A	29.89	29.23	32.86

ที่มา : Guangzhou Statistical Yearbook 2008

1.4 โครงสร้างแรงงานของเมืองกวางโจว

จำนวนแรงงาน 6,640,881 คน (2550) แบ่งเป็น

- ภาคการเกษตร 824,846 คน
- ภาคการผลิต 2,637,938 คน
- ภาคบริการ 3,178,097 คน

จำนวนการว่างงาน 67,539 คน

ที่มา : Guangzhou Statistical Yearbook 2008

2. ข้อมูลทั่วไปของเมืองเซินเจิ้น



2.1 ข้อมูลทั่วไป

เป็นหนึ่งในเขตเศรษฐกิจพิเศษของมณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน เซินเจิ้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ เขตเมืองเซินเจิ้น เขตเศรษฐกิจพิเศษเซินเจิ้น และเขตมณฑลเซินเจิ้น อีกทั้งเมืองเซินเจิ้น มีสถานะเป็นเมืองในเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ใหญ่ที่สุด และมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่สุด

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ เป็นเมืองชายแดนริมฝั่งตรงข้ามกับเกาะฮ่องกงโดยมีแม่น้ำเซินเจิ้น (Shenzhen River) เป็นแนวแบ่งเขตธรรมชาติ ส่วนทางเหนือจรดได้ มี Dongguan และ Huizhou เป็นตัวแบ่ง เมืองเซินเจิ้นเป็นเมืองชายฝั่ง จึงทำให้เซินเจิ้นมีฤดูร้อนอันยาวนานและฤดูหนาวเพียงช่วงสั้นๆ ภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ 22.5 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดในช่วงฤดูร้อนอยู่ที่ประมาณ 36.6 องศาเซลเซียส และมักมีฝนตกชุก

การแบ่งเขตการปกครอง	6 เขต และ 51 ชุมชน
พื้นที่	1,952.84 ตร.กม.
ประชากร	8.6 ล้านคน (2550)

ทรัพยากรธรรมชาติ

เซินเจิ้นเป็นเมืองที่มีชายฝั่งยาวถึง 230 กิโลเมตร ทำให้มีการทำประมงมากมาย อีกทั้งยังมีแม่น้ำลำธารรวมกันอีก ประมาณ 160 สาย เซินเจิ้นจึงเป็นอีกเมืองหนึ่งที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางน้ำ

2.2 ด้านการคมนาคม

ทางบก

เมืองเซินเจิ้นมีรูปแบบการเดินทางให้เลือก เช่น รถไฟ ซึ่งสถานีรถไฟตั้งอยู่ใกล้ด่านตรวจคนเข้าเมือง มีรถไฟวิ่งระหว่างเมืองต่างๆ หลายเมือง ส่วนรถไฟใต้ดินนั้น มี 2 สาย แต่สายที่สำคัญ คือ สายที่วิ่งระหว่าง Lowu ไปสุดสายที่ Windows of the World รวมทั้งยังมีรถทัวร์ แท็กซี่ อีกด้วย

ทางอากาศ

เซินเจิ้นมีสนามบิน ชื่อ [Shenzhen Bao'an International Airport](#) อยู่ห่างจากใจกลางเมืองบริเวณ Luohu District 35 km

ทางเรือ

เมืองเซินเจิ้นมีท่าเรือ ชื่อว่า Shekou Ferry Terminal อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเมือง ห่างจากใจกลางเมืองพอสมควรและจากท่าเรือนี้ จะมีเรือ Ferry วิ่งระหว่างท่าเรือ Shekou และท่าเรือ จิวโจวที่จุไห้

2.3 ข้อมูลเศรษฐกิจที่สำคัญของเมืองเซินเจิ้น

ตารางที่ 3 ดัชนีทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญของเมืองเซินเจิ้น (2550)

ดัชนีทางเศรษฐกิจ	มูลค่า		
	2548	2549	2550
ผลิตภัณฑ์มวลรวมเมืองเซินเจิ้น (พันล้านหยวน)	495	581.4	680.2
Per Capita GRP (หยวน)	60,801	69,450	79,645
โครงสร้าง GDP(Gross Domestic Product) ของเมืองเซินเจิ้น			
อุตสาหกรรมภาคการเกษตร (พันล้านหยวน)	N/A	N/A	0.69
อุตสาหกรรมภาคการผลิต (พันล้านหยวน)	N/A	N/A	340.5
อุตสาหกรรมภาคบริการ (พันล้านหยวน)	230.8	275.7	339

ตารางที่ 3 ดัชนีทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญของเมืองเซินเจิ้น (2550) (ต่อ)

ดัชนีทางเศรษฐกิจ	มูลค่า		
	2548	2549	2550
- ธุรกิจคมนาคมขนส่ง จัดเก็บสินค้า และไปรษณีย์	N/A	N/A	29.6
- ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก	N/A	N/A	65.3
- ธุรกิจด้านที่พักอาศัยและจัดเลี้ยง	N/A	N/A	12.3
- ธุรกิจการเงิน	N/A	N/A	77.9
- ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	N/A	N/A	65.9
- อื่นๆ	N/A	N/A	88
มูลค่าการค้า			
มูลค่าการส่งออก (ร้อยละเหรียญสหรัฐ)	1,015.22	1,359.59	1,685.42
มูลค่าการนำเข้า (ร้อยละเหรียญสหรัฐ)	812.69	1,012.74	1,190.64
การลงทุนจากต่างประเทศ (ร้อยละเหรียญสหรัฐ)	N/A	32.68	36.62

ที่มา : Guangdong Statistical Yearbook 2008

2.4 โครงสร้างแรงงานของเมืองเซินเจิ้น

จำนวนแรงงาน 6,555,800 คน (2550) แบ่งเป็น

- ภาคการเกษตร 7,000 คน
- ภาคการผลิต 3,546,700 คน
- ภาคบริการ 3,002,200 คน

จำนวนการว่างงาน 25,959 คน

ที่มา : Guangdong Statistical Yearbook 2

3. ข้อมูลทั่วไปของมหานครเซี่ยงไฮ้



3.1 ข้อมูลทั่วไป

มหานครเซี่ยงไฮ้เป็นเมืองที่มีประชากรหนาแน่นมากที่สุด เป็นเมืองที่ทำการประมงและสิ่งทอที่มีชื่อเสียงเนื่องจากเป็นเมืองท่าที่สำคัญในการค้ากับนานาประเทศ นอกจากนี้เซี่ยงไฮ้ยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกหลายแห่ง

สถานที่ตั้ง มหานครเซี่ยงไฮ้ตั้งอยู่บริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำแยงซี

(Yangtze River Delta) มีพรมแดนติดกับจังหวัด Jiangsu Province ทางใต้ติดกับ Zhejiang Province ทางตะวันออกติด กับทะเลจีนตะวันออก

การแบ่งเขตการปกครอง	18 เขต 1 อำเภอ, 106 เทศบาลตำบล และ 3 หมู่บ้าน
พื้นที่	6,340.50 ตร.กม.
ประชากร	18,580,800 คน (2550)

ตารางที่ 4 พื้นที่และความหนาแน่นของประชากรนครเซี่ยงไฮ้ ปี 2550

District	Land Area (sq.km)	Year-end Resident Population (10 000 persons)	of which Floating People (10 000 persons)	Density of Population (person/sq.km)
Total	6,340.50	1,858.08	499.22	2,930
Pudong New Area	532.75	305.36	98.34	5,732
Huangpu	12.41	52.19	7.99	42,055
Luwan	8.05	26.80	3.50	33,292
Xuhui	54.76	96.59	13.51	17,639
Changning	38.30	65.02	9.66	16,977
Jing'an	7.62	25.21	2.91	33,084
Putuo	54.83	113.40	23.77	20,682
Zhabei	29.26	74.39	9.97	25,424
Hongkou	23.48	78.17	10.08	33,292
Yangpu	60.73	117.51	12.02	19,350
Baoshan	270.99	133.21	34.52	4,916
Minhang	370.75	189.56	79.17	5,113
Jiading	464.20	99.90	43.57	2,152
Jinshan	586.05	66.78	14.94	1,139
Songjiang	605.64	98.86	44.00	1,632
Qingpu	670.14	77.76	31.88	1,160
Nanhui	677.66	96.75	24.90	1,428
Fengxian	687.39	74.89	26.25	1,089
Chongming	1,185.49	65.73	8.24	554

ที่มา : [Shanghai](#) Statistical Yearbook 2008

สินค้าเศรษฐกิจ

พืชเศรษฐกิจ

พืชหลักที่สำคัญของเซี่ยงไฮ้คือ ข้าว อุ่น ผัก และผลไม้ ซึ่งในขณะนี้ทางเซี่ยงไฮ้มีนโยบายที่จะทำการจัดตั้งเขตในการปลูกพืชที่ทันสมัยเพื่อพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทรัพยากรธรรมชาติ

เซี่ยงไฮ้เป็นมณฑลที่อุดมไปด้วยแหล่งน้ำ ซึ่งคิดเป็น 11% ของพื้นที่ทั้งหมด อีกทั้งยังอยู่ติดกับทะเลทำให้มีทรัพยากรที่ได้จากน้ำมากมายหลายชนิด นอกจากนี้ยังมีถ่าน ไม้ และก๊าซธรรมชาติอีกด้วย

3.2 ระบบคมนาคมขนส่ง

ทางบก

การคมนาคมทางบกของเซี่ยงไฮ้นั้นมีขนาดใหญ่ ครอบคลุมไปเกือบทั้งมณฑล มีให้เลือกหลากหลายชนิด เช่น รถประจำทาง รถรางไฟฟ้า แต่ที่สะดวกและรวดเร็วที่สุดคือ รถไฟใต้ดิน (The [Shanghai Metro](#) rapid-transit system) ซึ่งมีหลายสายให้เลือกตั้งแต่สายที่ 1-9 และยังสามารถเดินทางไปยังจังหวัดใกล้เคียง เช่น [Songjiang](#) และ [Minhang](#) อีกด้วย

ทางอากาศ

เซี่ยงไฮ้มีสนามบินพาณิชย์ด้วยกัน 2 แห่งคือ [Hongqiao International](#) และ [Pudong International](#), เป็นจุดเชื่อมต่อกับอีก 59 ประเทศทั่วโลก มี 31 สายการบินชั้นนำของโลกที่ให้บริการเที่ยวบินไปสู่นครเซี่ยงไฮ้ โดยท่าอากาศยานนานาชาติผู้ตั้งเป็นท่าอากาศยานหลักเพื่อการโดยสารระหว่างประเทศ ส่วนท่าอากาศยานหงเจียวเป็นท่าอากาศยานรองที่ทำการบินทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สนามบิน [Hongqiao International](#) นั้นมีเที่ยวบินมากเป็นอันดับสามรองจาก [Beijing Capital International Airport](#) และ [Hong Kong International Airport](#)

ทางเรือ

ท่าเรือของเซี่ยงไฮ้ไม่เพียงเป็นท่าเรือที่ใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศจีน แต่ยังเป็นท่าเรือหลักแห่งหนึ่งของโลก ในปี 2004 เซี่ยงไฮ้มีท่าเทียบเรือน้ำลึก 123 ท่า สามารถรองรับเรือที่มีระวางขับน้ำ 10,000 ตันขึ้นไป และยังมีเรือสำหรับขนส่งสินค้าไปต่างประเทศ 26 ท่า ท่าเรือเซี่ยงไฮ้มีเส้นทางเดินเรือ 19 สาย เชื่อมโยงกับท่าเรือ 500 ท่า ในเกือบ 200 ประเทศทั่วโลก ท่าเรือของเซี่ยงไฮ้รับเรือสินค้าเดือนละ 1,716 ลำ และในปี 2004 รับ และส่งสินค้า 379 ล้านตัน ซึ่งอยู่ในอันดับ 2 ของโลก

3.3 ข้อมูลเศรษฐกิจที่สำคัญของมหานครเซี่ยงไฮ้

ตารางที่ 5 ดัชนีทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญมหานคร เซี่ยงไฮ้ (2550)

ดัชนีทางเศรษฐกิจ	มูลค่า		
	2544	2549	2550
ผลิตภัณฑ์มวลรวมมหานครเซี่ยงไฮ้ (ร้อยล้านหยวน)	5,210.12	10,366.37	12,188.85
Per Capita GRP (หยวน)	32,201	57,695	66,367
โครงสร้าง GDP (Gross Domestic Product) ของมหานครเซี่ยงไฮ้			
อุตสาหกรรมภาคการเกษตร (ร้อยล้านหยวน)	78.00	93.80	101.84
อุตสาหกรรมภาคการผลิต (ร้อยล้านหยวน)	2,403.18	5,028.37	5,678.51
อุตสาหกรรมภาคบริการ (ร้อยล้านหยวน)	2,728.94	5,244.20	6,408.50
- ธุรกิจคมนาคมขนส่ง จัดเก็บสินค้า และไปรษณีย์	345.99	669.01	723.13
- ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก	555.06	929.16	1,077.76
- ธุรกิจด้านที่พักอาศัยและจัดเลี้ยง	104.30	194.08	219.36
- ธุรกิจการเงิน	529.26	825.20	1,209.08
- ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	328.59	688.10	806.79
- อื่นๆ	865.74	1,938.65	2,372.38
เงินเฟ้อ (ดัชนีราคาผู้บริโภค, %)	N/A	0.20	1.98
มูลค่าการค้า			
มูลค่าการส่งออก (ร้อยล้านเหรียญสหรัฐฯ)	276.28	1,135.73	1,439.25
มูลค่าการนำเข้า (ร้อยล้านเหรียญสหรัฐฯ)	332.70	1,139.16	1,390.45
การลงทุนจากต่างประเทศ (ร้อยล้านเหรียญสหรัฐฯ)	N/A	71.07	79.20

ที่มา : Shanghai Statistical Yearbook 2008

3.4 โครงสร้างจำนวนแรงงานของมหานครเซี่ยงไฮ้

จำนวนแรงงาน 9,090, 800 คน แบ่งเป็น

- ภาคเกษตรกรรม 537,100 คน
- ภาคอุตสาหกรรม 3,427,500 คน
- ภาคบริการ 5,126,200 คน

จำนวนการว่างงาน 267,800 (2550)

(ที่มา: Shanghai Statistical Yearbook 2008)

4. ข้อมูลทั่วไปของเมืองหางโจว



4.1 ข้อมูลทั่วไป

หางโจวเป็นเมืองหลวงของมณฑล Zhejiang อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม หางโจวยังเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านสถานที่ท่องเที่ยวอันดับหนึ่งของจีนอีกด้วย

ลักษณะทางภูมิศาสตร์

หางโจวตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำ Qiantang และตั้งอยู่ระหว่างพื้นที่สามเหลี่ยมปากแม่น้ำ Yangtze กับ Beijing-Hangzhou Grand Canal จึงทำให้หางโจวเป็นเมืองที่มีทรัพยากรน้ำที่อุดมสมบูรณ์ มีสัตว์น้ำและปลาต่างๆหลากหลายสายพันธุ์

การแบ่งเขตการปกครอง	8 เขต
พื้นที่	16,847 ตร.กม.
ประชากร	6.72 ล้านคน (2550)

ตารางที่ 6 พื้นที่และความหนาแน่นของประชากร (2550)

Region	Land Area (sq.km)	Population (10000persons)	Population Density (person/sq.km)
Whole Municipality	16596	672.35	405
Urban District	3068	419.5	1367
Shangcheng	18	32.16	17867
Xiacheng	31	37.92	12232
Jiangan	210	43.91	2091
Gongshu	88	31.4	3568
Xihu	263	58.2	2213
Binjiang	73	13.76	1885
Xiaoshan	1163	119.47	1027
Yuhang	1222	82.69	677
Tonglu	1780	39.82	224
Chun'an	4452	45.33	102
Jiande	2364	51.04	216
Fuyang	1808	64.01	354
Lin'an	3124	52.64	169

ที่มา : www.hzstats.gov.cn

ทรัพยากรธรรมชาติ

มีทรัพยากรทางน้ำที่อุดมสมบูรณ์ เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา และพืชน้ำต่างๆ หลากหลายสายพันธุ์ นอกจากนี้ยังมีชาเขียวที่มีชื่ออีกด้วย

1.2 ด้านการคมนาคม

ทางบก

มี แท็กซี่ และรถประจำทาง ด้วยหางโจวเป็นศูนย์กลางของการค้า เศรษฐกิจ จึงให้มีถนนหนทางที่สะดวกสบาย แต่การเดินทางที่รวดเร็วที่สุดของหางโจวคือรถไฟ จากเซี่ยงไฮ้-หางโจวใช้เวลาเพียง1 ชั่วโมงครึ่งเท่านั้น

ทางอากาศ

การคมนาคมทางอากาศของหางโจว นั้นสะดวกสบาย เนื่องจากมีเส้นทางการบินถึง 30 สาย เที่ยวบินกว่า 180 เที่ยวบินมาลงที่หางโจว

ทางเรือ

หางโจวมีระบบคมนาคมทางน้ำ 2 ระบบคือ Grand canal และ The Qiantang River ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อเชื่อมต่อการเดินทางทางน้ำของหางโจวมาตั้งแต่ ปี 2529

4.3 ข้อมูลเศรษฐกิจที่สำคัญ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมเมืองหางโจว (GRP)	410 พันล้านหยวน (2550)
รายได้ประชากรต่อหัว (Per Capita GRP)	61,258 หยวน (2550)
จำนวนแรงงาน	5,330,900 คน

(ที่มา: Statistic Information of Hangzhou: <http://www.hzstats.gov.cn>)

<http://info.hktdc.com/mktprof/china/hangzhou.htm>

5. ข้อมูลทั่วไปของเมืองซูโจว



ที่มา : <http://www.chinahighlights.com/suzhou/map.htm>

5.1 ข้อมูลทั่วไป

ซูโจว อยู่ทางใต้สุดของแม่น้ำ Yangtze เป็นเมืองในมณฑล เจียงซู อยู่ทางตะวันตก ของเมืองเซี่ยงไฮ้ 50 ไมล์ และตั้งอยู่บน grand canal ซูโจว มี ลำคลองล้อมรอบเมือง บวกกับที่ตัดผ่านตัวเมืองมากมายหลายหลายสิบสายและต่อเชื่อมกันจนเป็นเครือข่าย ประกอบกับสะพานหินหลายร้อยที่ทอดข้ามลำคลองเหล่านี้ ส่งผลให้ซูโจวได้ฉายานามว่า "เวนิสตะวันออก"

การแบ่งเขตการปกครอง 7 เขต

พื้นที่	8,488.42	ตร.กม. (2549)
ประชากร	6,073,000	ล้านคน (2549)

5.2 ด้านการคมนาคม

ทางบก

ซูโจวมีการเดินทางทางบกที่สะดวกสบายเนื่องจากมีรถไฟสาย [Jinghu Railway](#) ที่เชื่อมระหว่าง [Shanghai](#) และ [Nanjing](#) นอกจากนี้ยังมีการเดินทางโดยรถยนต์ รถประจำทาง และรถไฟใต้ดิน (Suzhou Subway) อีกด้วย

ทางอากาศ

ซูโจวมีสนามบินที่สามารถรองรับผู้โดยสารได้อย่างเพียงพอถึง 2 แห่งคือ [Wuxi Shuofang Airport](#) และ [Guangfu United Airlines Airport](#)

ทางเรือ

-

5.3 ข้อมูลเศรษฐกิจที่สำคัญ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมเมืองซูโจว (GRP) 570 พันล้านหยวน (2550)

รายได้ประชากรต่อหัว (Per Capita GRP) 91,911 หยวน (2550)

(ที่มา : Market Profiles on Chinese Cities and Provinces (www.hktdc.com))

