

ธุรกิจบริการในจีน...โอกาสการลงทุนที่ไม่ควรมองข้าม

จีนเป็นประเทศที่มีมูลค่าการค้าบริการระหว่างประเทศสูงเป็นอันดับ 7 ของโลก ในปี 2548 จีนมีรายได้จากการส่งออกบริการเป็นมูลค่า 81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เทียบกับรายจ่ายในการนำเข้าบริการที่มีมูลค่า 85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.3 และร้อยละ 3.6 ของมูลค่าส่งออกและมูลค่านำเข้าบริการของโลกตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าจีนขาดดุลการค้าบริการมาโดยตลอด เนื่องจากผู้ประกอบการในภาคบริการของจีนยังมีขีดความสามารถจำกัดในด้านการแข่งขัน

ปัจจุบันภาคบริการของจีนมีแนวโน้มเปิดเสรีมากขึ้นภายใต้ข้อผูกพันขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) และการเปิดเสรีภาคบริการและการลงทุนระหว่างอาเซียนกับจีนภายใต้กรอบข้อตกลงการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ASEAN-China Free Trade Area) ซึ่งกำลังอยู่ระหว่างการเจรจา จึงเป็นโอกาสดีของผู้ประกอบการไทยในการเข้าไปดำเนินธุรกิจบริการในประเทศจีน โดยอาศัยตลาดขนาดใหญ่ที่มีจำนวนประชากรกว่า 1.3 พันล้านคน รวมทั้งสิทธิประโยชน์ที่นักลงทุนจะได้รับจากการผ่อนคลายนโยบายระเบียบในด้านต่าง ๆ ซึ่งจีนจะต้องปฏิบัติตามข้อผูกพันภายใต้ WTO ส่งผลให้จีนต้องเร่งดำเนินการลดอุปสรรคและปรับปรุงกฎระเบียบด้านการลงทุนให้มีความโปร่งใสและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น

สำหรับธุรกิจบริการในจีนที่มีแนวโน้มสดใสซึ่งไทยมีศักยภาพในการเข้าไปลงทุน ได้แก่ ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร สปา นวดแผนไทย และโรงพยาบาล เนื่องจากชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจีนมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2548 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในจีนราว 120 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2547 สร้างรายได้ให้กับจีนเป็นมูลค่า 29,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกจำนวนมากเดินทางมายังจีนเพื่อติดต่อธุรกิจ ส่งผลให้ธุรกิจบริการต่าง ๆ ดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวตาม ขณะเดียวกัน กำลังซื้อของชาวจีนที่มีมากขึ้นตามเศรษฐกิจที่อยู่ในช่วงขาขึ้น ก็เป็นปัจจัยหนุนนำให้ความต้องการใช้บริการเหล่านั้นขยายตัวสูงขึ้น

เป็นที่น่าสนใจว่า ในบรรดาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องในรูปแบบต่าง ๆ **ธุรกิจนำเที่ยว** จัดเป็นธุรกิจดาวรุ่งที่มีแนวโน้มสดใส เนื่องจากชาวจีนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศมากขึ้น ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางออกนอกประเทศเป็นจำนวนกว่า 30 ล้านคนต่อปี และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 100 ล้านคนในปี 2563 ทั้งนี้ ในปี 2548 นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางมาอาเซียนมากเป็นอันดับ 2 รองจากญี่ปุ่น โดยมีสิงคโปร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวจีนนิยมเดินทางไปมากที่สุดในอาเซียน รองลงมา ได้แก่ ไทย เวียดนาม มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ตามลำดับ

โอกาสสำหรับการลงทุนในธุรกิจบริการสาขาต่าง ๆ ในจีนที่เปิดกว้างขึ้น นอกจากจะช่วยสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการไทยที่เข้าไปลงทุนแล้ว ยังเป็นการปูทางให้กับการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบริการของไทย โดยเฉพาะเครื่องหอม ภาชนะภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สปา ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ฯลฯ ได้อีกทางหนึ่งด้วย

ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการ

ธันวาคม 2549