

ทุนจีน มีบทบาทมากขึ้นในหลาย Sector



2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

ปีที่ทุนจีนเข้ามามาก

เกษตร

พัฒนาการทุนจีน

- **ลำไย & ทุเรียน:** ส่งไปจีน >70% ของผลผลิต ทุนจีนในล้ง >50%
- **ยาง & มัน:** ส่งไปจีน >60% ของ export ทุนจีนในธุรกิจกลางน้ำ >20%
- **ช่วงแรกราคาสินค้าเกษตรสูงขึ้น** ธุรกิจจีนจึงเข้ามารับซื้อเอง ใช้กลยุทธ์ซื้อ Volume ใหญ่ รู้ Stock ธีวราคา
- **ควมรวมธุรกิจกลายเป็นพ่อค้าคนกลาง**

การค้า

- **สินค้าจีนราคาถูก**
- **สินค้าจีนเข้าสู่ภาคการค้าต่อเนื่อง**
 - o 1st Wave: นำเข้าสินค้าจีนเข้ามาขายในไทย พ่อค้าไทยได้ Margin
 - o 2nd Wave: Online platform จีนเข้ามาครองตลาด เดิมโต >10% สัดส่วน 4% ของภาคการค้า
 - o 3rd Wave: เริ่มตั้ง Warehouse ในไทย ส่งเร็ว ถูกลง เคลมง่าย

อสังหาริมทรัพย์

- **Demand จีนสูง** ขณะก่อสร้างหาช ไทยราคาถูก และให้ Free hold เป็นแรงจูงใจให้เข้ามาลงทุน
- ขายห้องชุด/เหมายกชั้น ผ่าน Agency ปี 61 จีนโอนซื้อห้องชุดมาจากจีน/ฮ่องกง 43%
- **จีนร่วมทุนกับไทย หรือใช้ Nominee ร่วมพัฒนาอสังหาฯ**

ท่องเที่ยว

- **นทก. จีน** เติบโตต่อเนื่อง
- **ทัวร์จีน** ขายถูก แข่งจีนสูง **เครือข่ายทัวร์จีนเข้ามาลงทุนใน Supply chain บางส่วนใช้ Nominee**
- **นทก. จีน ปี 61** มีสัดส่วน 27% ของต่างชาติทั้งหมด แนวโน้ม FIT เพิ่มขึ้นเป็น 60% (ปี 55 = 15%)

เป้าหมายทุนจีน

- **แสวงหาทรัพยากร**
- **ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ**

ระบายนสินค้าจีน

- **ผูกขาดช่องทางขาย Online** รู้ข้อมูลพฤติกรรม รุกตลาดสินค้าเชื่อ

รายย่อย สะสม Wealth

- **รายใหญ่ รongรับท่องเที่ยว** และทำธุรกิจให้ครบวงจร

ทำธุรกิจให้ครบวงจร

- **ทำกำไร/ควบคุมต้นทุน**

ผลที่เกิดขึ้นต่อไทย

+ ช่วยเพิ่ม Demand สินค้าเกษตร
- ธุรกิจจีนมีบทบาทควบคุมราคามากขึ้น

+ ผู้บริโภคได้ประโยชน์ / ธุรกิจไทยขยายตลาด Online ได้
- สินค้าจีนเข้ามาแข่งขัน / ผูกขาดช่องทางขาย

+ ช่วยดูดซับ Supply บางส่วน
- ฟังพาด Demand จีนมาก / ทุนจีนเข้ามาพัฒนาอสังหาฯ เอง

+ นทก. จีนเพิ่มขึ้น
+ ตลาด FIT จีน คือ โอกาสธุรกิจไทย
- ธุรกิจไทยถูกกัดกินออกจาก Supply chain ทัวร์จีน

ทุนจีนบุกไทย: ความเสี่ยงของผู้ผลิต โอกาสของธุรกิจบริการ?

ธุรกิจ/ผู้ผลิตปรับตัว

- **ผลมี:** เกษตรกรปรับให้ผลผลิตออกตรงเวลาและความต้องการตลาดจีน เช่น ลำไย ออกฤดู / ทุเรียนแช่แข็งส่งออก
- **ยาง:** สร้างมูลค่าเพิ่ม ปรับสูตรน้ำยางขึ้น เพื่อส่งต่อธุรกิจถุงมือยางมาเลเซียโดยตรง

- ผู้ขายไทยปรับไปขายผ่าน Online platform จีนเพื่อขยายตลาด
- บางส่วนขายใน Facebook, IG, Line ด้วยเพื่อเพิ่มลูกค้า
- ผลิต/ขายสินค้าที่ไม่ซ้ำกับจีน

- ธุรกิจไทยเพิ่มเงินคาวน์ ป้องกันลูกค้าจีนทิ้งคาวน์
- ปรับลดขนาด ราคา ห้องชุดให้คนไทยซื้อได้
- ธุรกิจกลาง-เล็ก บางรายควบรวมกับทุนจีน หรือเป็น Nominee

- ธุรกิจไทยส่วนหนึ่งไปเป็นพันธมิตรกับทัวร์จีน
- บางส่วนปรับไปเน้นตลาด FIT
- พัฒนา Online platform ไทย ขาย Package tour เจาะตลาด FIT จีน เช่น RubikTrips

ปัญหาที่พบจริงจากการลงพื้นที่

- **ผลมี:** คุณภาพผลผลิตไม่คงที่ / ขาดความชำนาญการถ่านอกฤดู / เกษตรกรส่วนใหญ่ขาย Online ไม่เป็น / ส่งไทยเหลือ้อย ไม่ได้ทำตลาดใหม่
- **ยาง/มัน:** ธุรกิจกลางน้ำโดนควบรวม ถูกกดราคา

- การขาย online แข่งขันด้านราคาสูง / **สินค้าซ้ำกับจีนแข่งขันไม่ได้**
- Online platform ของไทย ไม่ได้รับความนิยม
- **สินค้าไทยไม่ตรงความต้องการ**

- **ความเสี่ยงจากลูกค้าจีน** บางส่วนทิ้งคาวน์
- ห้องชุดในส่วนที่เป็นโคเวตชาวไทยขายไม่ออก

- ธุรกิจไทยถูกกดราคาจากทัวร์จีน
- **ขาดแคลนโค้ด/แรงงานที่มีความรู้ภาษาจีน**
- **ที่พักนอกระบบมีจำนวนมาก**
- ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่

ภาครัฐควรช่วยเหลือ

- **ผลมี:** วิจัยยกระดับคุณภาพผลผลิต / ส่งเสริมการผลิตนอกฤดูเพื่อกระจายผลผลิต / **ควบคุมคุณภาพก่อนส่งออก** / แนะนำการขาย Online / ช่วยส่งไทยเจาะตลาดอื่น
- **ยาง:** **เกษตรผสมผสาน** ช่วยชาวสวนยางรับความผันผวนด้านราคา / สนับสนุนงานวิจัยสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจยาง

- **สนับสนุนตลาด Online** ให้แข่งขันต่อเนื่อง **ไม่ให้ผูกขาด**
- **พัฒนา Online platform ไทย** ให้เป็นที่นิยม
- **สนับสนุนการวิจัยตลาดจีน** / เป็นตัวกลางเชื่อมโยงผู้เชี่ยวชาญตลาดจีนเพื่อให้คำปรึกษาแก่ภาคธุรกิจ

- **เข้มงวดควบคุม/ตรวจสอบ Nominee** เพื่อทราบ Demand ต่างชาติที่แท้จริง
- **คงไว้ซึ่งกฎหมายควบคุมการค้า** ครอบอสังหาฯ ชาวต่างชาติ

- **พัฒนา Ecosystem ให้รองรับตลาด FIT** เช่น ให้ license แก่ที่พักนอกระบบ ให้แข่งขันอย่างเป็นธรรม
- **จัดอบรมภาษาจีน**
- พัฒนาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่/ จัดกิจกรรม
- **เข้มงวดควบคุม/ตรวจสอบ Nominee**



“กระแสทุนจีนเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้นการปรับตัวเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในสินค้าและบริการที่ไทยมีศักยภาพจะเป็นทางออกที่ยั่งยืน”