



8 เคล็ดลับ!ปั่นสินค้า ปลุกตลาดจีน



มูลค่าการค้าไทย-จีน ปี 2563

▶ มูลค่ารวม	79,600 ล้านเหรียญสหรัฐ
▶ ไทยส่งออก	29,754 ล้านเหรียญสหรัฐ
▶ มูลค่ารวมปี 2564 (เป้าหมาย)	140,000 ล้านเหรียญสหรัฐ



ประเทศจีน ถือเป็นตลาดที่ฟื้นตัวจากโควิด-19 มีกำลังซื้ออย่างมาก และจะเป็นตลาดการค้าที่ใหญ่ที่สุดในอนาคต งานสัมมนาออนไลน์ แชร็กกลยุทธ์ธุรกิจไทย...สู่ตลาดจีนหลังโควิด จัดโดย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) มีวิทยากรที่เชี่ยวชาญตลาดจีนคือ ทวี เพียรธรรมการสถาบันความร่วมมืออุตสาหกรรมไทย-จีน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย บรรยายพิเศษ “การตลาดจีนและการค้า

รูปแบบ Cross Border” จีน รุย หวาง Marketing Manager (China Market) บริษัท เลเกทซ์ ซิสเทมส์ จำกัด (มหาชน) กล่าวถึง “ปัญหาและอุปสรรค เรื่องจริงต้องรู้ก่อนเข้าสู่ตลาดจีน” และ ชัยวาทธรรม จงวัฒนา อัครราชทูตฝ่ายการพาณิชย์ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง วิเคราะห์ “วท. ปลดล็อกผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดจีน” สรุปได้ 8 เคล็ดลับเจาะตลาดจีนให้ประสบความสำเร็จ ดังนี้

- ประเทศจีนมี 300 กว่ามณฑล โดยมี 10 มณฑลเป็นตลาดที่มีศักยภาพซึ่งผู้ประกอบการไทยควรให้ความสนใจเข้าไปค้าขาย คือ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว เล็นเจิน เทียนจิน เจิ้งตู ซูโจว ทางโจว ฉงชิ่ง และ อู่ฮั่น
- สินค้าครองใจชาวจีนที่ได้มาเที่ยวประเทศไทยก่อนโควิด-19 ระบาด จำนวนกว่า 20-30 ล้านคน คือ อาหารไทย จุดท่องเที่ยวในประเทศไทย เครื่องสำอางและผลไม้ไทย

● การระบาดของโควิด-19 ทำให้ลูกค้าจีนหันมาสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ผ่านแพลตฟอร์ม live สด และร้านค้าปลอดภาษี

● ผู้ประกอบการจะส่งสินค้าตรงไปที่จีนเลย หรือเก็บไว้ในโกดังที่จีนแล้วทำการขาย ต้องพิจารณาให้เหมาะสม รวมทั้งต้องเลือกแพลตฟอร์มการขายที่เหมาะสม เน้นการใช้ภาษาจีน เพิ่มการ live สด ในโกดังสินค้าหรือโรงงานผลิตประกอบการขายเพื่อแสดงและยืนยันว่าสินค้ามีอยู่จริง นอกจากนั้นจะต้องเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เจาะจงมากขึ้น

● เครื่องมือที่จะช่วยผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จคือ 1.ใช้บริการโฆษณาของจีนซึ่งมีค่าใช้จ่ายไม่แพง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ โบรชัวร์ แมกกาซีน 2.ตลาดสดตัวแทนในจีน 3.ออกบูธแสดงสินค้า 4.บริการ OEM ให้ลูกค้าจีน และ 5.การไลฟ์สดแนะนำสินค้า

● ควรจัดทำฉลากสินค้าเป็น 3 ภาษา คือ ไทย จีน อังกฤษ รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมตอบโจทย์ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะสร้างความน่าเชื่อถือในสินค้า และทำให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จในตลาดการค้าจีน

● ผู้ประกอบการต้องสร้างแบรนด์สินค้า สร้างความเชื่อมั่นและเตรียมสินค้าให้พร้อม มีการจดทะเบียนการค้าที่จีน คัดเลือกวิธีการส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

● ผู้ประกอบการไทยจะต้องให้ความสำคัญกระบวนการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน เพื่อแข่งขันในตลาดค้าจีน อาทิ ด้านการเกษตร ตั้งแต่การปลูก การเลี้ยงที่ใช้สาร

เคมีน้อยลง ได้มาตรฐานสากล เน้นการปลูก ระบบปิดมากขึ้น มีการควบคุมสิ่งแวดล้อม เน้นฟีดแบ็กแกลนัล เพิ่มผลผลิตต่อไร่มากขึ้น เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อยืดอายุสินค้า ปกป้องคุ้มครองระหว่างทางขนส่ง และให้ความสำคัญกับการตรวจสอบระบบคุณภาพของสินค้า ขณะที่สินค้าด้านอุตสาหกรรมผู้ประกอบการไทยจะต้องผลิตสินค้าที่โอเท่มากขึ้น เน้นกระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ต่อสิ่งแวดล้อม

ศ.(วิจัย) ดร.ชุดิมา เอี่ยมโชติชวลิต

ผู้ว่าการสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ผู้จัดการสัมมนาออนไลน์ครั้งนี้กล่าวว่า “วว.มีทิศทางการทำงานที่ชัดเจนในด้านการวิจัย พัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อนำองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) ไปใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจไทยทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ร่วมสร้างเศรษฐกิจฐานราก ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และพัฒนาคุณภาพชีวิต ผลักดันให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งเชิงเศรษฐกิจและสังคม”

ดร.พัชรา มณีนัฐ รองผู้จัดการบริการอุตสาหกรรม วว. มองว่า วทน. คือกลยุทธ์สำคัญในการสร้างธุรกิจให้เติบโตและขยายไปสู่การสร้างโอกาสการลงทุนในประเทศที่มีศักยภาพสูงในภูมิภาค ได้แก่ จีน ซึ่งถือเป็นตลาดการค้าใหญ่ของโลก และหลายประเทศให้ความสนใจที่จะทำการค้าด้วย

