

ส่องเส้นทางอาณาจักรซามาเนีย ค้าปลีกไทยสั่งสะเทือน



ในช่วงหลายปีมานี้ สินค้าจีนถูกนำเข้ามาขายในไทยเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบพ่อค้าแม่ค้าชาวจีน ค้าขายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม E-Commerce แล้วส่งสินค้ามาจากจีน หรือผู้ประกอบการไทยสั่งสินค้ามาจาก จีนแล้วมาขายในไทย โดยได้กำไรจากส่วนต่างราคา แต่ภาพเหล่านี้กำลังจะเปลี่ยนไป เมื่อการมาของ “ซามาเนีย พลาซ่า” ซึ่งเป็นศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ที่นำเข้าสินค้าจีนมาขายในไทยส่งตรงถึงผู้บริโภคชาวไทยทันทีโดยไม่ต้อง ผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่ง **ซามาเนีย พลาซ่า แห่งนี้ถือว่าเป็นศูนย์กลางการค้าปลีกที่ครบ จบ ใน ที่เดียว** เนื่องจาก ไม่ได้มีแค่หน้าร้าน แต่ยังมีโกดังสินค้า ที่พักอาศัย อาคารสำนักงาน ร้านอาหาร รวมทั้ง โรงแรมที่เปิดให้บริการอยู่ ในโครงการ

มาทำความรู้จักอาณาจักรซามาเนีย

ซามาเนีย กรุ๊ป (Samanea) ก่อตั้งในปี 2561 โดยคำว่า Samanea แปลว่า “ต้นจามจุรี” ซึ่งเป็นต้นไม้ที่มีอยู่ทุกที่ ในสิงคโปร์ เพราะอาณาจักรซามาเนียมีสำนักงานใหญ่ในสิงคโปร์และเงินนั่นเองจึงเป็นที่มาของชื่อนี้ ซามาเนีย กรุ๊ป ดำเนินธุรกิจศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย โดยได้วางกลยุทธ์ให้เป็นการดำเนินการทาง ธุรกิจค้าปลีกแบบครบวงจร ที่มีทั้งหน้าร้าน คลังจัดเก็บสินค้า โรงแรม ร้านอาหาร อาคารสำนักงาน อาคารพาณิชย์ รวมทั้งมีพื้นที่ศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้า

ในปัจจุบันมีชามาเนียกรุป คือ ผู้พัฒนาโครงการศูนย์กลางการค้าส่งขนาดใหญ่มีโครงการอยู่ใน 7 ประเทศทั่วโลก ได้แก่ ไทย เมียนมา กัมพูชา อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และออสเตรเลีย โดย ประเทศไทย มีขนาดพื้นที่โครงการ 3 แสนตารางเมตร ตั้งอยู่ที่ย่างกุ้ง ดำเนินกิจการแล้วตั้งแต่ช่วงปี 2563 ประเทศกัมพูชา จัดตั้งที่เมืองพนมเปญ มีขนาดพื้นที่ 5 แสนตารางเมตร ซึ่งเป็นโปรเจกต์ที่ใหญ่ที่สุดของชามาเนีย โดยได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2563

อินโดนีเซีย มีขนาดพื้นที่โครงการ 2 แสนตารางเมตร ตั้งอยู่ที่ Tangerang New City จาการ์ตา โดยเริ่มทยอยเปิดเฟสแรกในปี 2563 ส่วน ประเทศไทย มีขนาดพื้นที่ 3.3 แสนตารางเมตร เริ่มทยอยเปิดโครงการในปี 2563 เช่นกัน นอกจากนี้ยังมีโปรเจกต์ที่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เมืองดูไบ โดยมีขนาดพื้นที่ 5.30 หมื่นตารางเมตร ประเทศฟิลิปปินส์ มีขนาดพื้นที่ 1.70 แสนตารางเมตร ตั้งอยู่ที่ Pampanga มะนิลา และ ออสเตรเลีย ตั้งอยู่ที่เมืองซิดนีย์ โดยมีขนาดพื้นที่ 3.50 หมื่นตารางเมตร

สำหรับการประกอบธุรกิจของชามาเนียในประเทศไทย ชามาเนีย กรุป ได้วางเป้าหมายตนเองให้เป็นศูนย์รวมการค้าที่ครบวงจรและใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยชามาเนีย พลาซ่าแห่งนี้ ตั้งอยู่ที่อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ในโครงการนี้มีพื้นที่รวมทั้งหมดมากกว่า 220 ไร่ ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าเซ็นทรัลเวิลด์ ถึง 3 เท่า

ในปัจจุบันโครงการได้ทยอยเปิดให้บริการเฟส 1 บนพื้นที่กว่า 5 หมื่นตารางเมตร โดยมี 4 อาคาร แบ่งเป็นร้านค้าสินค้ามากกว่า 500 ร้าน และร้านค้าโชนบริการ 100 ร้าน สำหรับกลุ่มสินค้าก็มีความหลากหลายทั้งของใช้ในบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ทำครัว เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์เครื่องมือช่าง โดยสินค้าส่วนใหญ่นำเข้ามาจากจีน

ชามาเนียทุนจดทะเบียน 2,000 ล้านบาทในไทย

จากข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าแสดงให้เห็นว่าอาณาจักรชามาเนียมีการจดทะเบียนนิติบุคคล 3 บริษัท คือ (1) **ชามาเนีย บางนา 02 จำกัด** ประกอบธุรกิจขายปลีกเฟอร์นิเจอร์ชนิดใช้ในครัวเรือน โดยมีทุนจดทะเบียนปัจจุบัน 20 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเพิ่มทุน เมื่อวันที่ 15 พ.ค. 2560 จากเดิมที่มีทุนจดทะเบียน 20,000 บาท (2 พ.ย. 2559) ในชื่อบริษัท เลสโซ่ โฮม (ประเทศไทย) จำกัด และได้เปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท จาก เลสโซ่ โฮม (ประเทศไทย) จำกัด ก่อนจะเปลี่ยนเป็น ชามาเนีย บางนา 02 เมื่อวันที่ 1 เม.ย. 2563 ที่ผ่านมา

(2) **ชามาเนีย บางนา จำกัด** ประกอบธุรกิจการซื้อ และการขายอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นของตนเองที่ไม่ใช่เพื่อเป็นที่พักอาศัย โดยมีทุนจดทะเบียนปัจจุบัน 2,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเพิ่มทุน เมื่อวันที่ 4 ก.พ. 2559 จากเดิมที่มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท (14 ธ.ค. 2558) ในชื่อ บริษัท เลสโซ่ มอลล์ (บางนา) จำกัด และได้เปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท จาก เลสโซ่ มอลล์ (บางนา) เป็นชามาเนีย บางนา เมื่อวันที่ 1 เม.ย. 2563

(3) **ชามาเนีย โฮลดิ้งส์ (ประเทศไทย) จำกัด** ประกอบธุรกิจ กิจกรรมของบริษัทโฮลดิ้งที่ไม่ได้ลงทุนในธุรกิจการเงินเป็นหลัก โดยมีทุนจดทะเบียนปัจจุบัน 1,023 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเพิ่มทุน เมื่อวันที่ 3 ก.พ. 2559 จากเดิม

ที่มีทุนจดทะเบียน 600,000 บาท (25 พ.ย. 2558) ในชื่อ บริษัท เลสโซ่ มอลล์ ดีเวลลอปเม้นท์ (กรุงเทพ) จำกัด และได้เปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท จากบริษัท เลสโซ่ มอลล์ ดีเวลลอปเม้นท์ (กรุงเทพ) จำกัด เป็นชามาเนีย โฮลดิ้งส์ (ประเทศไทย) เมื่อวันที่ 1 เม.ย. 2563

ทั้งนี้ อาณาจักรชามาเนียที่ดำเนินการภายในประเทศไทย ไม่ได้เข้ามาทางช่องทางของพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 เพราะเป็นธุรกิจที่จดทะเบียนเป็น**นิติบุคคลไทย** เนื่องจากนายเฉือก ฟัง อ้อ ซึ่งมีชื่อเป็นกรรมการและผู้ถือหุ้นของนิติบุคคล 3 รายที่เกี่ยวข้องนั้น มีสัญชาติไทย โดยนายเฉือก ฟัง อ้อ มีมารดาเป็นคนไทย ดังนั้น บริษัททั้ง 3 รายดังกล่าว จึงไม่มีสถานะเป็นคนต่างด้าวตาม พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ.2542

จุดเด่นของชามาเนีย

จุดเด่นของชามาเนีย พลาซ่า คือ **ราคาสินค้าที่มีราคาถูกลงตามฉบับของศูนย์ค้าส่ง** นอกจากนี้ รูปแบบของโครงการก็เป็นตัวชูโรง เนื่องจากชามาเนีย พลาซ่า มุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการจีนที่เข้ามาขายสินค้าในไทยได้โดยตรง โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ส่งผลให้สามารถตั้งราคาได้ถูกกว่าผู้ประกอบการไทยที่ต้องนำเข้ามาสินค้าจากจีนมาขายอีกต่อหนึ่ง รวมทั้งการมีโกดังสินค้าให้บริการ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้ให้ผู้ประกอบการสามารถนำเข้ามาสินค้ามาเก็บไว้ในโกดังก่อนได้ และเมื่อลูกค้าต้องการสินค้าก็สามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ทันที ไม่ต่างจากผู้ประกอบการชาวไทย และอีกเหตุผลหนึ่งคือ สินค้าจากจีนที่นำเข้ามาขายในไทย ถ้าราคาไม่เกินชิ้นละ 1,500 บาท จะได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า และภาษีมูลค่าเพิ่ม ดังนั้น จึงทำให้ราคาสินค้าในชามาเนีย พลาซ่า ถูกกว่าสินค้าของผู้ประกอบการชาวไทย ที่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ชามาเนียดีสริปตลาดค้าปลีกไทย

หากพิจารณาถึงรูปแบบทางธุรกิจของชามาเนียกับยักษ์ใหญ่ธุรกิจค้าปลีกในไทย อย่างกลุ่มเซ็นทรัล เดอะมอลล์ ประเมินว่า**ไม่น่าจะส่งผลกระทบต่อกลุ่มดังกล่าว** เนื่องจากมีรูปแบบในการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน รวมทั้งลูกค้าเป้าหมายก็เป็นคนละกลุ่มกัน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจค้าปลีกอย่างย่านสำเพ็ง ประตูนํ้า พาหุรัด ที่มีการสั่งสินค้าจากจีนมาจำหน่ายย่อมได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จะเห็นได้ว่า ชามาเนีย พลาซ่า เป็นโครงการศูนย์การค้ารูปแบบใหม่ ที่จะส่งผลกระทบต่อคนไทยเป็นอย่างมาก ไม่ใช่แค่ผู้บริโภค แต่รวมไปถึง (1) ผู้ประกอบการชาวไทยที่นำเข้ามาสินค้าจากจีนมาขาย (2) ผู้ผลิตสินค้าชาวไทยและ (3) แพลตฟอร์ม E-Commerce

อาจกล่าวได้ว่า การเปิดบริการของ ชามาเนีย พลาซ่า ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกในไทยทั้งทางบวกและทางลบ นายแสงชัย ธีรกุลวานิช ประธานสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย ได้มีการวิเคราะห์ถึงผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ จากการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจค้าปลีกจีนในไทยในรูปแบบต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป และในหลากหลายธุรกิจ ดังนี้

ผลกระทบเชิงบวก

1. การเข้าลงทุนของนักธุรกิจจีนในประเทศไทยส่งผลดีในแง่ของการลดต้นทุนวัตถุดิบ และทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่จะเป็นประโยชน์กับผู้บริโภคที่จะได้สินค้าราคาถูกลง
2. ทำให้เกิดการตื่นตัวกระตุ้น การพัฒนาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันทั้งด้านราคาและคุณภาพ
3. รายได้ภาษีทางตรงและทางอ้อมจากการค้า การลงทุนของนักลงทุนจีน รวมทั้งการจ้างงานคนไทยบางส่วน

ผลกระทบเชิงลบ

1. การทบทวนภาษีในการยกเว้นทั้งภาษีนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่มกับสินค้าที่ราคาไม่ถึง 1,500 บาท ต้องมีการปรับเปลี่ยนวงเกณฑ์การเรียกเก็บภาษี ไม่ให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ประกอบการภายในประเทศ และการมีแต้มต่อให้ต่างชาตินำสินค้านำเข้าราคาถูกมาทำลายกลไกการค้าท้องถิ่น การค้าส่ง ค้าปลีกที่มี SME อยู่จำนวนมากในระบบนิเวศน์นี้
2. การเข้ามาลงทุนของนักธุรกิจจีนมักมาแบบ Package มาทั้งคน วัตถุดิบ สินค้า และวัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร ปัจจัยการผลิตต่างๆจากจีนแบบครบเครื่องครอบคลุมทุกห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ โดยที่ประเทศไทยได้ประโยชน์จากการลงทุนต่ำมาก

บทวิเคราะห์

ข้อมูลจาก “วิจัยกรุงศรี” ธนาคารกรุงศรีอยุธยาประเมินว่าในปี 2566 นี้ ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งของไทยมีมูลค่ากว่า 2.7 ล้านล้านบาท โดยการเข้าสู่ตลาดของซามาเนีย พลาซ่า ในครั้งนี้ถูกจับตามองว่าจะสร้างแรงกระเพื่อมที่สำคัญต่อธุรกิจค้าปลีกในไทย เนื่องจากการนำเข้าสินค้าจำหน่ายโดยตรงจากจีน ย่อมสร้างข้อได้เปรียบเหนือผู้ประกอบการไทยในแง่ของต้นทุนที่ต่ำกว่า

จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ไทยเล็กใหญ่จำเป็นต้องปรับตัว เพื่อรองรับการแข่งขัน และขับเคลื่อนธุรกิจให้เป็นไปตามกลไกตลาด นอกจากการปรับตัวของผู้ประกอบการไทยเอง ภาครัฐควรจะต้องมีนโยบายในการสนับสนุน พร้อมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันกับนักลงทุนต่างชาติในตลาดให้ครอบคลุมในทุกมิติ ปัจจุบันแพลตฟอร์ม E-Commerce มีส่วนสำคัญในการเข้าสู่ตลาด เพิ่มช่องทางในการเข้าสู่ตลาด โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ รัฐควรมีนโยบายในการสนับสนุน **Digital literacy** เพื่อส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางการค้าดิจิทัลของผู้ประกอบการ SME กับต่างชาติ และมีมาตรการส่งเสริมสนับสนุนแพลตฟอร์ม

E-Commerce ของไทยให้เติบโตทั้งในและขยายไปต่างประเทศ ในบริบทของการช่วยผู้ประกอบการ ภายในประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจ SME รัฐควรมีมาตรการในการส่งเสริม SME ให้เข้าถึงมาตรฐานสินค้า บริการ ต่างๆ เพิ่มมากขึ้น รวดเร็วขึ้น และค่าใช้จ่ายน้อยลง เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งส่งเสริม แหล่งทุนต้นทุนต่ำให้ผู้ประกอบการไทย SME ไทยที่จะขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ นอกเหนือจากการเป็น ผู้รับการลงทุน ไทยควรมีมาตรการเชิงรุกในการ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SME ไทย เข้าไปรุกตลาดในจีนในกลุ่ม ธุรกิจ BCG Economy และกลุ่ม Creative Economy ที่เป็นจุดเด่นของไทย เพื่อสร้างความสมดุลทางการค้า การลงทุนที่เป็นประโยชน์กับทั้งสองประเทศ ท้ายที่สุด การลงทุนจากต่างชาติและการใช้นโยบายส่งเสริมเพื่อ ประโยชน์ในการลงทุนต้องมีกระบวนการตรวจสอบ และประเมินผลกระทบโครงการทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรอบด้าน อย่างไรก็ตาม ต้องไม่เป็นการกีดกันทางการค้าการลงทุนที่จะทำให้ ประเทศเสียประโยชน์ที่พึงได้รับ

ทั้งนี้ การเข้าสู่ตลาดของชามาเนีย พลาซ่าในธุรกิจค้าปลีกค้าไทย ต้องจับตามองกันต่อไป ว่าสุดท้ายแล้ว แต่ละฝ่ายจะปรับตัวกันอย่างไร จะ “รอด” หรือ “ร่วง” แต่ที่แน่ ๆ ตลาดนำเข้าสินค้าจีน ได้ยกระดับการแข่งขัน ไปอีกขั้นหนึ่งเรียบร้อยแล้ว

นางสาวนันท์ธิรัตน์ คล้ายคลึง
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
สำนักเจรจาการค้าบริการและการลงทุน
สิงหาคม 2566

แหล่งที่มาของข้อมูล

<https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1058742>

<https://www.longtunman.com/44448>

<https://www.thansettakij.com/business/economy/558484>

<https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1056369>

<https://www.thansettakij.com/business/marketing/558667>

<https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1058742>