

เตรียมแผนธุรกิจของท่านให้พร้อมรับมือ “6 เทคโนโลยีเปลี่ยนโลก แห่งปี 2020”



“สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยร่วมกับบริษัท เทคโนโลยี-บิสซิเนส เซ็นเตอร์ จำกัด
ต้อนรับรองอธิบดีกรมอีคอมเมิร์ซและสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์จีน ผนึกกำลังวงการอีคอมเมิร์ซภาคเอกชน
สนับสนุนผู้ประกอบการไทยขยายตลาดสู่จีน คาดโต 30% ในปี 2020”

กรุงเทพฯ 9 ธันวาคม 2562 – – สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยร่วมกับบริษัท เทคโนโลยี-บิสซิเนส
เซ็นเตอร์ จำกัด หรือ Thailand e-Business Center (TeC) นำโดยนายสมเกียรติ ไชยศุภรากุลและนายปฐม อิน
ทโรดม ให้การต้อนรับ MS. JIA SHUYING รองอธิบดีกรมอีคอมเมิร์ซและสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์จีนพร้อม
ด้วยคณะ เพื่อประชุมหารือในเรื่องของสภาพตลาดอีคอมเมิร์ซไทย-จีน และด้านความร่วมมือไทย-จีนที่ผ่านมา และ
ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา นับเป็นก้าวสำคัญของการพัฒนาและการส่งเสริมการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซจีน
ภายใต้การขับเคลื่อนจากกลจักรสำคัญอย่างภาครัฐบาลจีน เช่นเดียวกับกับอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซไทยที่มีแนว
โน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากความนิยมสินค้าไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนและยอดการส่งออกสินค้าไท
ย-จีน ตั้งแต่ปี 2018 ที่มากถึง 47,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และด้วยความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นของทั้งสองประเทศ
กระทรวงพาณิชย์จีนและกระทรวงพาณิชย์ไทยจะทำข้อตกลงความร่วมมือ MOU ในปี 2020 ซึ่งคาดว่าจะสามารถ
เร่งอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของทั้งสองประเทศได้มากกว่าสามเท่า

นายธนวัฒน์ มาลานุพผา นายกสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย กล่าวว่า “การพัฒนาตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยให้เติบโตอย่างรวดเร็วและประสบความสำเร็จ สามารถศึกษาวิธีคิดและบทเรียนจากประเทศจีนได้ เช่น การผลักดันทั้งส่วนรัฐบาลใหญ่และรัฐบาลท้องถิ่น การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ”

ด้านนายปฐม อินทโรดม กรรมการ คีเอทีพี ดิจิทัลอีโคโนมี สมาหุการค้ำแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการบริหาร TeC ได้ให้แง่มุมมองด้านความสำคัญของเทคโนโลยีต่อตลาดอีคอมเมิร์ซจีนว่า “ประเทศไทยขาดดีมานต์ในการสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นอาวุธหลักในการแข่งขันทางธุรกิจ ใน 1-2 ปีข้างหน้า รวมถึงเราเชี่ยวชาญเพียงแค่การเปิดรับและใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งต่างจากประเทศจีนที่ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีของตนเอง อันเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และนี่อาจเป็นโอกาสดีที่เราจะสร้างความร่วมมือไทย-จีน เพื่อเปิดโอกาสให้ทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ เรียนรู้ ดูตัวอย่างความสำเร็จจากจีน สร้างความเข้าใจและนำมาประยุกต์ใช้อย่างจริงจัง”

ด้านนางสาวกุลธิดา ภาควัชรี้ไกรเลิศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร TeC และคณะกรรมการสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย กล่าวว่า “อีคอมเมิร์ซไทยในปี 2017-2018 มีอัตราการเจริญเติบโตประมาณ 17-18 % ซึ่งถือเป็นอันดับที่ 1 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และในปี 2018-2019 มีอัตราการเจริญเติบโตประมาณ 20 % กอปรกับนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาลปัจจุบันซึ่งให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซเป็นอย่างมาก และหากอาศัยโมเดลสวนอุตสาหกรรม “e-Industrial Park” หรือที่จีนเรียกว่า “e-Commerce Park” มาประยุกต์ใช้ในประเทศไทย โดยนำร่องที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางในการผลิต ส่งเสริมและพัฒนาสินค้า ผ่านการสนับสนุนจากภาครัฐ ตลอดจนการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านอีคอมเมิร์ซไปยังต่างประเทศ ก็จะทำให้ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซไทยเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและเข้มแข็งยิ่งขึ้น”

ทั้งนี้ปัจจัยเร่งที่ทำให้อุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซจีนเติบโตได้อย่างรวดเร็ว คือ การเติบโตของตลาดผู้บริโภค (consumer goods) ที่เติบโตถึง 20 % ในช่วง 10 ปี ด้วยการมียอดขายผ่านอีคอมเมิร์ซในปี 2019 ประมาณ 480,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 3.4 ล้านหยวน ส่วนด้านการค้าปลีกออนไลน์ในปี 2019 มีมูลค่าประมาณ 140,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณหนึ่งล้านหยวน ซึ่งอีคอมเมิร์ซมีส่วนช่วยกระตุ้นการบริโภคถึง 40% และทำให้เกิดการจ้างงานมากถึง 47 ล้านคนในปี 2018 และ 50 ล้านคนในปี 2019 ช่วยให้ผู้มีรายได้น้อยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น

ข้อมูลจากกรมศุลกากรจีน ระบุว่า ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2019 สินค้าภูมิภาคและสินค้าการเกษตรของจีน มียอดการค้าปลีกออนไลน์สูงถึง 40,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีตัวเลขการนำเข้าและส่งออกจีนกับต่างประเทศ ประมาณ 17,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งหากพิจารณา cross border ไทย-จีน พบว่ามีมูลค่าประมาณ 220 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นถึง 82.4% ทั้งสองทาง ซึ่งจะเห็นได้ว่าในกลุ่มอีคอมเมิร์ซที่เป็น cross border มีการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว

เร็ว เนื่องจากการนำอีคอมเมิร์ซมาเป็นใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี ที่ช่วยให้วิสาหกิจทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม (S&M) สามารถประหยัดต้นทุนทั้งในด้านการผลิต (Production Cost) และด้านต้นทุนทางการตลาด (Marketing Cost)

จากการหารือพบว่าทริเียนความสำเร็จในการพัฒนาอีคอมเมิร์ซในประเทศจีนเกิดจากปัจจัยหลายๆด้านดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการจีนมีความกล้าลองในสิ่งใหม่ คิดค้นนวัตกรรม และมีกลุ่ม online consumers ที่กล้าลองสินค้าและบริการใหม่ๆ และการมีอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มขนาดกลางและเล็ก เช่น ชูหลิง หลิงเพี้ย เกิดขึ้นจำนวนมาก นอกเหนือจากอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ อย่าง อาลีบาบา หรือ JD
2. ตลาดจีนมีประชากรมากถึง 14,000 ล้านคน โดยรัฐบาลจีนกลางและท้องถิ่น ให้การสนับสนุนทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และด้านเทคโนโลยีเป็นสำคัญ ทำให้มีการจัดซื้อผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ หรือ online shopping ถึง 639 ล้านคน โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและผู้สูงอายุซึ่งมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต
3. มีมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซในประเทศจีน เช่น e-commerce park อย่างต่อเนื่อง และนโยบายการสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดต่าง ๆ รวมทั้งการการกำกับดูแลอีคอมเมิร์ซฉบับแรกของโลก ซึ่งเริ่มบังคับใช้วันที่ 1 มกราคม 2019 ที่ผ่านมา
4. การพัฒนาและปรับปรุงอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซ โดยพิจารณาถึงปัญหาและอุปสรรค เพื่อทางรัฐบาลสามารถวิเคราะห์สาเหตุและออกมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาและเกิดพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

หลังจากที่ได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาคมฯ และผู้แทนจากรัฐบาลจีน ทางสมาคมฯ ได้เสนอแนวทางความร่วมมือของภาครัฐบาลจีนและเอกชนไทยไว้ดังนี้

1. ความร่วมมือในการถ่ายทอดองค์ความรู้ (Best practice) และกรณีศึกษา จากทั้งอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มขนาดใหญ่และของท้องถิ่น เนื่องจากภายในปี 2020 Huawei ได้นำเทคโนโลยี 5G มาลองใช้ในประเทศไทย และจะเกิดนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะยกระดับธุรกิจไทย เช่น เทคโนโลยี AI, Big data มาใช้มากขึ้น
2. ประเทศไทยทดลองนำโมเดล e-commerce park ที่มีมากถึง 4,000 แห่งทั่วประเทศจีน และโมเดลอีคอมเมิร์ซท้องถิ่นที่มี อีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มของตนเอง เช่น ฝั่งตะวันตกของจีน เงินตู เจฉวน ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงมาก มาปรับใช้ เพื่อเพิ่มโอกาสผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซไทยได้การเข้าสู่ตลาดจีนและท้องถิ่นจีนมากขึ้น

ด้าน MS. JIA SHUYING รองอธิบดีกรมอีคอมเมิร์ซและสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์จีนและคณะจากหน่วยงานจีน ได้ให้คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการไทยไว้ว่า

1. ในส่วนการส่งออกเครื่องสำอางไทย ที่ใช้สมุนไพرت้องถิ่นผ่านไปยังประเทศจีน ต้องผ่านหน่วยงานควบคุมมาตรฐานเครื่องสำอาง สังกัดกระทรวงพาณิชย์จีน ให้ถูกต้องตามกฎหมาย (SDA) โดยทางคณะรัฐบาลจีนแนะนำ ผู้ประกอบการสามารถทดลองขายปลีกผ่านเว็บไซต์ไทย หรือนำเข้าเพื่อนำมาใช้ส่วนตัว ซึ่งทางประเทศจีนยังไม่มีนโยบายที่เข้มงวด แต่มีต้นทุนการขนส่งสูง

2. กลยุทธ์ในการเข้าอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มระดับท้องถิ่นในประเทศจีน ต้องพิจารณาความต้องการของผู้บริโภค การเรียนรู้ปรับปรุง พัฒนาและการสร้างแนวคิดใหม่ ๆ ให้เหมาะสม รวมทั้งสร้างความร่วมมือทั้งในระดับรัฐบาล-รัฐบาล เอกชนและรัฐบาล รัฐบาลท้องถิ่น และองค์กรโครงการและกิจกรรมใหม่ ๆ ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งระบบสาธิตอีคอมเมิร์ซของจีน 3,000 แห่งทั่วประเทศนั้น รัฐบาลท้องถิ่นให้การสนับสนุนทั้งเชิงนโยบายและมาตรการต่าง ๆ อาทิ ด้านการขนส่ง ด้านการเงิน และด้านเทคโนโลยี

3. ทุก ๆ ปี ประเทศจีนจะมีการประชุม e-commerce expo ครั้งใหญ่ ซึ่งจะมีทั้งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากทั้งฝั่งรัฐบาลกลาง รัฐบาลท้องถิ่น และผู้ประกอบการจีนทั่วประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าร่วมเพื่อเก็บเกี่ยวความรู้ ประสบการณ์ รวมถึงได้แลกเปลี่ยนความเห็น และแง่มุมทางธุรกิจ อันจะนำไปสู่การต่อยอดเพื่อพัฒนาธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โอกาสนี้ TeC และสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทยเข้าสู่ตลาดจีนได้อย่างมืออาชีพ และพร้อมสนับสนุนให้เหล่าผู้ประกอบการไทยสามารถพัฒนาให้ธุรกิจของตัวเองได้อย่างก้าวกระโดด เล็งเห็นช่องทางและโอกาสที่จะได้ทำการตลาดกับการตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลกอย่างประเทศจีน ผ่านบริการด้านต่าง ๆ ของ TeC ซึ่งมีความพร้อมและยินดีช่วยเหลือผู้ประกอบการอย่างเต็มความสามารถ

สามารถติดต่อ TeC ได้ที่ www.tec.work ทางเพจ Facebook : Thailand e-business centre - Tec ทาง Line@ : @tecworld ทางโทรศัพท์ 02-115-8124 หรือทางอีเมล info@tec.work