

## Cross-border E-Commerce กำลังจะทำให้การค้าโลกเปลี่ยน

โดย นางขวัญใจ เตชเสนสกุล

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

ปัจจุบันคงไม่มีใครไม่รู้จัก E-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางการค้ารูปแบบใหม่ที่กำลังเติบโตอย่างก้าวกระโดด ผู้อ่านหลายท่านคงเคยผ่านประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์มาไม่มากนักน้อย ทั้งนี้ E-Commerce ถือเป็นการปฏิวัติรูปแบบการค้าส่งค้าปลีกครั้งใหญ่ โดยในช่วงที่ผ่านมา ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกรายใหญ่ของโลกเกือบทุกรายต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจไปเน้นช่องทางขายในรูปแบบ E-Commerce มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงแต่ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกเท่านั้นที่ได้รับผลกระทบจาก E-Commerce แต่ในแวดวงของการค้าระหว่างประเทศก็กำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ไม่แพ้กัน

ดังที่ทราบกันดีว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การค้าโลกตกอยู่ในภาวะซบเซา โดยมูลค่าการค้าโลกในช่วงปี 2553-2558 ขยายตัวเฉลี่ยเพียงราว 1.5% ต่อปี ขณะที่หลายฝ่ายคาดว่ามูลค่าการค้าโลกคงตกอยู่ในภาวะซบเซาต่อเนื่องอีกสักระยะ ด้วยบริบทการค้าโลกที่เปลี่ยนไปและเศรษฐกิจโลกที่เปราะบาง อย่างไรก็ตาม มูลค่าการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทาง E-Commerce หรือที่เรียกกันว่า Cross-border E-Commerce ในช่วงเวลาเดียวกันขยายตัวเฉลี่ยราว 20% ต่อปีและคาดว่าอัตราขยายตัวเฉลี่ยดังกล่าวจะเพิ่มเป็น 27% ต่อปี ในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งจะทำให้มูลค่าการค้าแบบ Cross-border E-Commerce สูงแตะระดับ 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2563 หรือคิดเป็นสัดส่วนราว 7% ของมูลค่าการค้าโลก เทียบกับปี 2553 ที่สัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ราว 1%

การที่ Cross-border E-commerce ก้าวเข้ามามีบทบาทต่อการค้าระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นดังกล่าว ทำให้รูปแบบของธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศเปลี่ยนแปลงไปตลอดทั้ง Value Chain อาทิ ภาคการผลิต ซึ่งกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตจาก Mass Production หรือการผลิตสินค้าชนิดเดียวปริมาณมากเพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยถูกลง ไปสู่รูปแบบการผลิตแบบ Mass Customization ที่เน้นการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย เนื่องจาก Cross-border E-Commerce ทำให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบสินค้าจากผู้ผลิตทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วและเลือกซื้อสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้ง่ายขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ โทรศัพท์มือถือ ซึ่งแต่เดิมผู้ผลิตมักออกสินค้าเพียงไม่กี่รุ่นในเวลาหนึ่ง แต่ปัจจุบันผู้ผลิตต้องผลิตสินค้าที่หลากหลายขึ้นตั้งแต่ขนาดหน้าจอ ความจุในการบันทึกข้อมูล ความเร็วในการประมวลผล รวมถึงดีไซน์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถครอบคลุมทุกความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจขนส่งสินค้า จากภาวะการค้าโลกที่กำลังซบเซา ทำให้ธุรกิจขนส่งสินค้าทางเรือ โดยเฉพาะเรือคอนเทนเนอร์ที่เน้นขนส่งสินค้าปริมาณมากกำลังประสบปัญหา ดังเช่นที่มีข่าวการล้มละลายของบริษัทสายการเดินเรือยักษ์ใหญ่ของโลกในช่วงไม่กี่สัปดาห์ที่ผ่านมา สวนทางกับธุรกิจขนส่งทางอากาศ รวมถึงธุรกิจบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ (Courier Service) กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วตามการเติบโตของ Cross-border E-Commerce ที่มักเป็นการซื้อสินค้าปริมาณไม่มากและผู้บริโภคเน้นความรวดเร็วและปลอดภัยในการขนส่งเป็นหลัก ซึ่งอาจเป็นโอกาสของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของไทยที่จะหันมาเน้นบริการขนส่งทางอากาศมากขึ้น ตัวกลางทางการค้า ในช่วงที่ผ่านมาธุรกิจหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการค้าโลก ได้แก่ Trading Company ซึ่งทำธุรกิจในลักษณะซื้อมาขายไป แต่ในภาวะที่เศรษฐกิจโลกซบเซาในปัจจุบัน ทำให้ Trading Company จำนวนมากต้องประสบปัญหา แต่ด้วยการเติบโตของ E-Commerce ทำให้เกิดตัวกลางทางการค้ารูปแบบใหม่ในการเป็น Platform Provider ซึ่งก็คือเว็บไซต์ E-Commerce ต่างๆ ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วและก้าวเข้ามามีอิทธิพลในโลกการค้ายุคปัจจุบัน

สำหรับประเทศไทยจากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการสนับสนุนและจัดเก็บข้อมูลการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ พบว่ามูลค่า E-Commerce เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปี 2558 มีมูลค่าราว 2.1 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีมูลค่า 7.4 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราขยายตัวเฉลี่ยราว 60% ต่อปี แต่ส่วนใหญ่เป็นการซื้อขายสินค้าภายในประเทศเป็นหลัก ขณะที่ Cross-border E-Commerce ในปี 2558 มีมูลค่าเพียงราว 50,000 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนเพียง 0.7% ของมูลค่าส่งออกรวมของไทยเท่านั้น ซึ่งผู้เขียนเห็นว่า Cross-border E-Commerce ถือเป็นความท้าทายและเป็นอีกช่องทางสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ส่งออกในการขยายตลาดส่งออกเพื่อช่วยลดผลกระทบจากการส่งออกในรูปแบบเดิมที่กำลังซบเซา