

ไทย – มาเลเซีย จับมือทุนการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนเพื่อสนับสนุน SMEs



เมื่อวันศุกร์ที่ 27 เมษายน 2561 ได้มีพิธีแลกเปลี่ยนบันทึกความตกลงความร่วมมือระหว่างบริษัทผู้ให้บริการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยและมาเลเซีย ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ เพื่อผลักดันการค้าข้ามพรมแดนในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (cross-border e-commerce) ระหว่างทั้งสองประเทศ โดยมีผู้อำนวยการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Digital Free Trade Zone จาก Malaysia Digital Economy (MDeC) หน่วยงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลของมาเลเซีย และผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ กระทรวงพาณิชย์ของไทย ร่วมปาฐกถาพิเศษและเป็นสักขีพยาน ทั้งนี้ ความร่วมมือระหว่างบริษัทไทยและมาเลเซียครอบคลุม 3 โครงการ ได้แก่

1. ความร่วมมือเพื่อเชื่อมต่อการค้าออนไลน์ของทั้งสองประเทศ ระหว่าง TARAD.com ของไทยกับ SiteGiant ผู้ให้บริการตลาดการค้าออนไลน์ (e-market platform) ของมาเลเซีย ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมกับช่องทางตลาดออนไลน์อื่นๆ ในมาเลเซียจำนวนมาก อาทิ Lazada, Shopee, LeLoong, 11Street ฯลฯ
2. การร่วมทุนในบริษัท Shippop มาเลเซียเพื่อให้บริการขนส่งสินค้าในมาเลเซีย ระหว่างบริษัท Commerce.Asia Venture ของมาเลเซียกับบริษัท Shippop ของไทย ซึ่งเป็นเจ้าของเทคโนโลยีระบบเปรียบเทียบราคาและเชื่อมโยงผู้ให้บริการขนส่งสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์
3. การลงทุนในบริษัท LetMeStore เพื่อให้บริการจัดเก็บสินค้าในมาเลเซีย โดยบริษัท Siam Outlet ของไทย ซึ่งเป็นผู้ให้บริการจัดเก็บสินค้า/แพ็คและส่งสินค้าผ่านระบบออนไลน์

ทั้งนี้ ในปี 2560 มาเลเซียส่งออกไปยังประเทศไทยมูลค่า 50,530 ล้านริงกิต ซึ่งส่วนมากเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ น้ำมันดิบ เคมีภัณฑ์ และเครื่องจักรกล ในขณะที่มาเลเซียนำเข้าจากไทยมูลค่า 48,160 ล้านริงกิต เป็นการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์การขนส่ง เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกล อุปกรณ์และชิ้นส่วน และยางธรรมชาติ

☐ นโยบายภาครัฐ ☒ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

นอกจากนี้ ในปี 2560 ตลาด e-commerce ของไทยมีมูลค่าทั้งสิ้น 2,900 ล้านเหรียญสหรัฐ มีผู้ลงทะเบียนใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวม 12.1 ล้านคน โดยมีการใช้จ่ายเฉลี่ย 243 เหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะในปี 2564 การใช้จ่ายเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นเป็น 382 เหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นมูลค่ารวม 5,300 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยเป็นการใช้จ่ายซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับหนึ่งมูลค่า 1,300 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามมาด้วยสินค้าแฟชั่นมูลค่า 525 ล้านเหรียญสหรัฐ

Commerce.Asia ได้ร่วมมือกับ MDeC ภายใต้โครงการส่งเสริมการส่งออก Digital Free Trade Zone (DFTZ) B2C Export Program เพื่อผลักดันการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการ SMEs มาเลเซียไปยังตลาดต่างประเทศ ซึ่ง Commerce.Asia กำหนดให้ไทยเป็นประเทศเป้าหมายแรกในการทำค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน โดย Commerce.Asia ถือเป็นผู้นำให้บริการโซลูชันด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบครบวงจร (one stop Omnichannel eCommerce Solution) โดยรวบรวมระบบต่างๆ (technology enablers) ทั้งในส่วนตลาดออนไลน์ (e-market platform) ผู้ให้บริการด้านสนับสนุนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Fulfillment) ระบบชำระเงิน การทำตลาดใน social media การบริการจัดการคำสั่งซื้อ ตลอดจนเชื่อมโยงกับระบบที่เกี่ยวข้องของภาครัฐในการนำเข้า-ส่งออก เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ SMEs ของมาเลเซียในการจำหน่ายสินค้าผ่านตลาดการค้าออนไลน์ในประเทศ 6 ตลาด ตลาดในภูมิภาค 4 ตลาด รวมถึงตลาดการค้าออนไลน์ระดับโลก (global marketplace)

ที่มา : Enterprise IT News, วันที่ 27 เมษายน 2561

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สคต.

ความร่วมมือระหว่างบริษัทผู้ให้บริการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยและมาเลเซียในครั้งนี้ถือเป็นตัวอย่างที่ดีอย่างยิ่งสำหรับคำว่า “พันธมิตรทางธุรกิจ” หรือ “strategic partnership/alliance” และเป็นนิมิตหมายที่ดีอย่างยิ่งที่ในการเปิดช่องทางการค้าใหม่ๆ ในรูปแบบ B2C นอกเหนือจากช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก เช่น Alibaba, Amazon, eBay อีกทั้งเป็นโอกาสสำหรับการขยายการค้าสินค้าข้ามพรมแดนของ SMEs ทั้งสองประเทศ โดยใช้ประโยชน์จากความร่วมมือระหว่าง e-commerce platform ท้องถิ่นของทั้งสองประเทศ อาทิ TARAD.com, Lazada, Shopee, LeLoong, 11Street นอกจากนี้ ความร่วมมือดังกล่าวยังมีความครอบคลุมถึงการเชื่อมโยงบริการสนับสนุนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ (e-Fulfillment services) ซึ่งมักเป็นปัญหาสำคัญของการค้าข้ามพรมแดน และปัจจัยสำคัญของต้นทุนสินค้า รวมไปถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ทำให้สามารถตอบโจทย์การค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนได้อย่างสมบูรณ์ ภาครัฐจึงควรสนับสนุนให้ความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนในลักษณะนี้ให้สามารถแข่งขันกับตลาดออนไลน์ระดับโลกได้ และผลักดันให้เกิดความร่วมมือที่น่าหรือขับเคลื่อนโดยภาคเอกชนให้มากขึ้น ทั้งนี้ สคต. กวาลัมเปอร์จะได้หารือกับผู้บริหาร TARAD.com เพื่อวางแผนการส่งเสริมการขายสินค้าไทยผ่านช่องทางดังกล่าวต่อไปเมื่อมีการเชื่อมโยงระบบตลาดเสร็จเรียบร้อยแล้ว

ข้อสังเกตที่ได้จากความร่วมมือในครั้งนี้อีกประการคือ ประเทศไทยมีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพสูงและสามารถพัฒนาเทคโนโลยีหรือระบบของตนเองออกสู่ตลาด ซึ่งในครั้งนี้มาเลเซียจะมีการนำเทคโนโลยีจากไทยไปใช้ ได้แก่ ระบบการขนส่งสินค้าของบริษัท Shippop และระบบจัดเก็บ/บริหารคลังสินค้าของบริษัท Siam Outlet ผู้ประกอบการกลุ่มนี้จึงถือเป็น start-up สัญชาติไทยที่ภาครัฐควรให้การสนับสนุนและต่อยอดต่อไปเช่นกัน

☐ นโยบายภาครัฐ ☒ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ