

## กรุงไทเปจับมือ PChome รุกตลาดอี-คอมเมิร์ซไทยเต็มกำลัง

เมื่อช่วงต้นสัปดาห์ที่ผ่านมา กรุงไทเปได้จัดงานสัมมนาเกี่ยวกับธุรกิจอี-คอมเมิร์ซข้ามประเทศ โดยมีนายจันหงจื่อ ประธานบริษัท PChome ซึ่งเป็นผู้ประกอบการยักษ์ใหญ่ในตลาดอี-เมิร์ซของไต้หวัน และนายไช่เหวินสง CEO ของ PChome Thai มาร่วมบรรยาย เพื่อแบ่งปันประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของธุรกิจอี-คอมเมิร์ซในตลาดแบบข้ามประเทศ

โดย PChome Thai ก่อตั้งขึ้น โดยการร่วมลงทุนของ PChome กับบมจ.บริษัท แคลคคอมพิวเอเล็คโทรนิคส์ (ประเทศไทย) โดยเน้นการให้บริการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแบบ C2C และการเข้าลงทุนในตลาดไทยของ PChome ในครั้งนี้ ทำให้ PChome เป็นผู้ประกอบการอี-คอมเมิร์ซของไต้หวันเพียงรายเดียวที่ลงทุนในตลาดอาเซียน ซึ่งกรุงไทเปเล็งเห็นศักยภาพของตลาดอี-คอมเมิร์ซไทย จึงได้จับมือกับ PChome Thai ในการเปิดช่องทางสินค้าไทเปขึ้นบนเว็บไซต์ของ PChome Thai เพื่อเป็นช่องทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ทำให้มีการจัดงานสัมมนาในครั้งนี้ขึ้นมา ซึ่งนายจันหงจื่อ ประธานบริษัท PChome ได้ร่วมบรรยายในหัวข้อ “กลยุทธ์และการวางแผนสำหรับไต้หวันในการเข้าสู่ตลาดอี-คอมเมิร์ซของอาเซียน” โดยได้แบ่งปันประสบการณ์ในการเข้าทำตลาดอี-คอมเมิร์ซของประเทศต่างๆ ในอาเซียน ส่วนดร.เกอเหวินเจ้อ ผู้อำนวยการกรุงไทเปก็ได้มาร่วมบรรยายในประเด็นที่เกี่ยวกับนโยบายในการผลักดันธุรกิจอี-คอมเมิร์ซของกรุงไทเป เพื่อเป้าหมายในการผลักดันให้ไทเปก้าวเข้าสู่การเป็นเมือง Benchmark สำหรับธุรกิจอี-คอมเมิร์ซข้ามชาติภายในปี 2020

โดยสำนักพัฒนาอุตสาหกรรม กรุงไทเป เชื่อว่า ทางกรุงไทเปมีนโยบายเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในไทเป สามารถติดต่อกับช่องทางตลาดในธุรกิจอี-คอมเมิร์ซทั่วโลกได้ง่ายขึ้น ในอนาคตจะมีการจัดตั้งศูนย์บริการแบบ One-Stop-Service เพื่อช่วยผู้ประกอบการในการแก้ไขปัญหาด้านบุคลากร รวมทั้งให้คำแนะนำ/ปรึกษา รวมถึงการจัดการฝึกอบรม เพื่อค้นหาแนวทางที่ดีที่สุดในการยกระดับให้ผู้ประกอบการในไทเปสามารถก้าวขึ้นสู่การทำธุรกิจแบบข้ามชาติได้

แหล่งข่าว: United Evening Daily News (October 8, 2018)

### ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสคต.

การค้าปลีกแนวใหม่ในแบบ C2C นับวันจะมีบทบาทมากขึ้นทุกที เมื่อผู้บริโภคมีโอกาสได้ผันตัวเองมาเป็นผู้ขายได้ด้วย ถือเป็นพลิกผันรูปแบบการนำเข้าส่งออกสินค้าในแบบดั้งเดิมไปอย่างสิ้นเชิง เพราะระบบการค้าแบบใหม่นี้ จะเหลือเพียงผู้ซื้อและผู้ขาย โดยจะตัดผู้นำเข้าและผู้ส่งออกทิ้งไป และมีผู้ให้บริการโลจิสติกส์มาเป็นผู้รับหน้าที่ในการรับส่งสินค้ารวมถึงการผ่านพิธีศุลกากรแทน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเริ่มเตรียมตัวเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นโดยเร็ว นอกจากนี้ หัวใจสำคัญของความสำเร็จในการทำตลาดอี-คอมเมิร์ซคือการมีระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพมารองรับ เพราะการจัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วในต้นทุนที่ถูกลง ถือเป็น การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับตัวเองโดยตรง จึงถือเป็นโอกาสของเหล่าผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ที่อยู่ในตลาดเช่นกัน เพราะหากสามารถพัฒนาตัวเองจากการรับส่งสินค้าหรือเป็นคลังสินค้าเพียงอย่างเดียว มาสู่การให้บริการแบบโททัลดโซลูชัน ก็จะทำให้มีโอกาสเติบโตในตลาดได้ง่ายขึ้น

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ