



บทความ

จากเวทีเจรจาการค้าโลก



จัดทำโดย คณะผู้แทนถาวรไทยประจำองค์การการค้าโลกและองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก

ฉบับที่ 1/2561 พฤษภาคม พ.ศ. 2561

E-Commerce อนาคตการค้าโลก

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) ได้จัดทำรายงาน Information Economy report 2017 เพื่อเผยแพร่ผลการวิเคราะห์การพัฒนาข้อมูลสารสนเทศ (ICTs) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งตามรายงานดังกล่าว ขนาดของเศรษฐกิจดิจิทัลคาดว่าจะประมาณ 2 ใน 3 ของเศรษฐกิจโลก (ประมาณ 25 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2558 เพิ่มขึ้นจากประมาณ 16 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2556) ในจำนวนนี้ ประมาณ 1.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐเป็นส่วนหนึ่งของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามเขตแดน (cross border e-commerce: CBEC) ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) Business to Business (B2B) (2) Business to Consumer (B2C) (3) Business to Government (B2G) และ (4) Consumer to Consumer (C2C)

CBEC คาดว่าจะเติบโตเร็วกว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ จีนและสหรัฐอเมริกา ครองสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของ CBEC ภูมิภาคเอเชียมีสัดส่วนการขยายสินค้าผ่าน CBEC สูงถึง ร้อยละ 51 ในปี 2558 ตามด้วยยุโรป (ร้อยละ 24) อเมริกาเหนือ (ร้อยละ 23) ตะวันออกกลาง/แอฟริกา (ร้อยละ 1) และลาตินอเมริกา (ร้อยละ 1) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ B2C มีมูลค่าประมาณ 189 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2558 โดยมีผู้บริโภคประมาณ 380 ล้านคน สั่งซื้อสินค้าและบริการผ่าน website ต่างประเทศ ในจำนวนนี้ 70 ล้านคนอยู่ในประเทศจีน 30 ล้านคนในสหรัฐฯ

การพัฒนาของสินค้าที่ส่งทางอิเล็กทรอนิกส์ (electronically transferred products: ET products) มีบทบาทอย่างสำคัญต่อการขยายตัวอย่างรวดเร็วของ CBEC การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทำให้สินค้าหลายอย่าง ซึ่งไม่เคยมีใครคิดว่า จะสามารถส่งทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้กลายเป็น ET products ประเทศที่ส่งออก ET products มากที่สุดในโลก 15 ประเทศ เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ยกเว้นจีนประเทศเดียว ซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนาและเป็นประเทศที่ส่งออก ET products มากเป็นอันดับหนึ่งของโลก ทั้ง 15 ประเทศนี้มีสัดส่วนการส่งออก ET products รวมกันถึงร้อยละ 82 ของการส่งออก ET products ทั้งโลกในปี 2558 การส่งออก ET products ของจีนได้เพิ่มขึ้นจากไม่ถึงครึ่งล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2539 เป็น 12 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2558 สินค้าส่งออกที่สำคัญของจีน ได้แก่ วิดีโอเกมส์ (ประมาณ 8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในขณะที่สินค้าส่งออกที่สำคัญของสหรัฐฯ ได้แก่ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ภาพยนตร์ซีดี เสียงและดนตรี

เทคโนโลยีใหม่ที่น่าสนใจไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยเฉพาะเทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ ในอนาคตอันใกล้ อาจทำให้การผลิตสินค้าสามารถกระทำได้โดยผ่านการส่งไฟล์การออกแบบโดยคอมพิวเตอร์ (computer-aided design: CAD) ทางอิเล็กทรอนิกส์ไปยังสถานแห่งใดแห่งหนึ่งเพื่อการผลิตโดยใช้เครื่องพิมพ์ 3 มิติ เทคโนโลยีดังกล่าวนี้ทำให้ยังไม่มีฉันทามติที่ชัดเจนว่า ET products ควรจะอยู่ภายใต้กรอบการค้าสินค้าหรือบริการของ WTO

ในภูมิภาคอาเซียน การค้าอิเล็กทรอนิกส์คาดว่าจะจะมีมูลค่าสูงถึง 62 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2563 สิงคโปร์มีสัดส่วนของประชากรที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์สูงที่สุดในอาเซียน (ประมาณร้อยละ 60) ตามด้วยเวียดนาม (ประมาณ 1 ใน 4 ของประชากร) ในขณะที่ประเทศไทยมีประชากรประมาณไม่ถึงร้อยละ 10 สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ Nextrade Group ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ จัดอันดับให้ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 2 ของโลก (รองจากสหราชอาณาจักร) ในด้านดัชนีนโยบายสำหรับการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (Policy Index for Platform-enabled Trade) ดัชนีดังกล่าวครอบคลุมการมีนโยบายที่สำคัญใน 6 ด้าน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล กฎระเบียบด้านดิจิทัล กฎระเบียบด้านการชำระเงิน โลจิสติกส์ทางเศรษฐกิจและการอำนวยความสะดวกทางการค้า การส่งเสริมการส่งออกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดย SMEs และเงินทุนสำหรับ SMEs ดังนั้น จึงจะเห็นได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญมากในปัจจุบัน ไทยในฐานะประเทศที่มีนโยบายสำหรับการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้มแข็ง จึงควรพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างรอบด้านให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลและสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

.....