

## Cross-Border e-Commerce (CBEC) : New Normal ของผู้ประกอบการส่งออก

พิศิษฐ์ เสรีวิวัฒนา

กรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

ท่านผู้อ่านครับ ในช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19 หลายธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่ขายสินค้าแบบมีหน้าร้าน (หรือที่เรียกว่าธุรกิจแบบ Brick-and-Mortar) ต่างได้รับผลกระทบจากยอดขายสินค้ารวมถึงกำไรที่ลดลง เนื่องจากผู้คนต่างเก็บตัวอยู่กับบ้านเพื่อลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อไวรัส อย่างไรก็ตาม ในช่วงดังกล่าวบางธุรกิจยังสามารถประคองยอดขายสินค้าได้ในระดับเดิม และอาจมีบางธุรกิจที่สามารถสร้างยอดขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นสวนทางกับสถานการณ์การค้าและภาวะเศรษฐกิจทั่วทั้งโลก อาทิ ธุรกิจที่มีช่องทางจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม e-Commerce ต่างๆ ซึ่งพบว่ายอดขายสินค้าของผู้ประกอบการหลายรายไม่ได้เติบโตขึ้นเฉพาะช่องทาง e-Commerce ภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังเติบโตไปถึงช่องทางจำหน่ายสินค้าที่เป็น e-Commerce ไปยังต่างประเทศ **หรือที่เราเรียกกันว่าธุรกรรม Cross-Border e-Commerce (CBEC) ด้วยเช่นกัน**

ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับรายงานของ Global-e บริษัทที่ปรึกษาด้าน CBEC ชำนาญของโลก ซึ่งระบุว่าแม้จะมีการระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 แต่ ณ สิ้นเดือนเมษายน 2563 มูลค่าการค้าที่เป็นธุรกรรม CBEC ทั่วทั้งโลกยังมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยค่อนข้างดีอยู่ที่ร้อยละ 11 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ทำให้ผมอดคิดไม่ได้ว่าหากในอนาคตการซื้อสินค้าทางออนไลน์กลายเป็น New Normal หรือฐานวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ของผู้บริโภค **ดังนั้นแล้ว Cross-Border e-Commerce ก็คงจะกลายเป็น New Normal ของบรรดาผู้ส่งออกในหลายกลุ่มอุตสาหกรรมด้วยเช่นกัน** โดยผมได้วิเคราะห์และสรุปเป็น 2 ประเด็นย่อย ดังนี้

- **CBEC เป็นเครื่องมือช่วยผู้ส่งออกให้กระจายความเสี่ยงด้านตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ** ในช่วงที่โลกยังอยู่ในขั้นตอนการฟื้นตัวขึ้นด้าน COVID-19 ผู้ประกอบการส่งออกมีแนวโน้มจะหันไปทำธุรกรรม CBEC มากขึ้น เนื่องจากมองว่าตลาดส่งออกที่มีอยู่เดิมยังมีความเสี่ยงจากการระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ เมื่อประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงดังกล่าวซึ่งมีแนวโน้มจะกลายเป็นคนกลัวความเสี่ยง (Risk-Averse Consumer) จากสถานการณ์ความไม่แน่นอนทั้งจากภาวะเศรษฐกิจรวมถึงภาวะการจ้างงาน ส่งผลให้ผู้บริโภคในตลาดต่างๆ มีแนวโน้มจะปรับลดการบริโภคของตน สถานการณ์ดังกล่าวจึงมีแนวโน้มจะทำให้ผู้ส่งออกวางกลยุทธ์ทางการค้าโดยการกระจายความเสี่ยง (Diversification) ทั้งด้านตลาด รวมถึงด้านรายได้ ด้วยการเร่งขยายตลาดส่งออกใหม่และเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ และเนื่องจากปัจจุบันการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม e-Commerce ต่างๆ ได้รับการยอมรับว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นวงกว้าง ทั้งยังมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำมากหรือไม่มีเลย ดังนั้น จึงคาดว่ากรจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม e-Commerce จะเป็นทางเลือกแรกๆ ที่ผู้ประกอบการส่งออกในหลายๆ อุตสาหกรรมพิจารณาเลือกใช้เมื่อต้องการเพิ่มการส่งออกในช่วงระยะเวลานี้

- **อัตราการทำธุรกรรม CBEC ในหลายประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ ทำให้ยังมีประตูการค้าสำหรับผู้ประกอบการส่งออก** อาทิ ญี่ปุ่น ซึ่งถึงแม้จะเป็นตลาด e-Commerce ขนาดใหญ่อันดับ 3 ของโลกรองจากตลาดจีน และสหรัฐฯ โดยมีมูลค่าตลาด e-Commerce ในปัจจุบันใกล้แตะระดับ 1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม

ตลาด e-Commerce ของญี่ปุ่นกลับมียังอัตราธุรกรรม CBEC ในระดับต่ำมาก โดยมีสาเหตุจากการที่ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน e-Marketplace ที่เป็นภาษาญี่ปุ่น ซึ่งช่องทางดังกล่าวมักไม่ใช่ที่วางจำหน่ายสินค้าที่ผู้ขายจากต่างประเทศนิยมใช้ อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่การหดตัวของภาวะเศรษฐกิจญี่ปุ่นในช่วงไตรมาส 4/2562 ต่อเนื่องมาจนถึงการระบาดของ COVID-19 ในปี 2563 อัตราการทำธุรกรรม CBEC ของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเริ่มส่งสัญญาณเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีปัจจัยจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลงที่ทำให้ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเปลี่ยนพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากเดิมที่มีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งเป็นการเฉพาะ (Brand Loyalty) เป็นการหันมาให้ความสำคัญกับราคามากขึ้นและมีท่าทีเปิดรับกับแบรนด์สินค้าต่างชาติมากขึ้น สถานการณ์เช่นนี้นับว่าเป็นโอกาสสำหรับผู้ส่งออกที่ต้องการเพิ่มการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ แม้จะเป็นประเทศที่เดิมผู้ส่งออกจะมีการทำธุรกรรมกับคู่ค้า (แบบออฟไลน์) อยู่แล้วก็ตาม

ท่านผู้อ่านครับ จากประเด็นที่กล่าวมา แม้ผมจะมองว่าธุรกรรม Cross-Border e-Commerce หรือ CBEC ยังมีโอกาสเติบโตและอาจกลายเป็นทางรอดสำหรับหลายธุรกิจในช่วงภาวะยากลำบากนี้ อย่างไรก็ตาม การระบาดของ COVID-19 ที่ยังมีอยู่อาจทำให้การทำธุรกรรม CBEC ไม่สะดวกง่ายดายเช่นในอดีต ทั้งจากปัญหาโลจิสติกส์ รวมถึงข้อกำหนดที่ประเทศปลายทางตั้งขึ้นเพื่อจะควบคุมสถานการณ์การระบาด ดังนั้น ผู้ประกอบการรายใดที่มีความสนใจจะทำ CBEC ก็คงจะต้องติดตามสถานการณ์รวมถึงข้อกำหนดของประเทศปลายทางอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ก็เพื่อให้การลงทุนลงแรงของท่านคุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุดนั่นเองครับ

*Disclaimer : คอลัมน์นี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล จึงไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความคิดเห็นของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย*