



White Paper

ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์ม
การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ
(B2B Cross Border e-Trading Platform)

โดย
สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สรท.)
ณ วันที่ 4 ธันวาคม 2561



รายงานการวิจัย

ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์ม การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B Cross Border e-Trading Platform)

คณะที่ปรึกษางานวิจัย

1. คุณ กัญญภัค	ตันติพิพัฒน์พงศ์	ประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
2. คุณ วัลลภ	วิตนการ	รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
3. คุณ เตชะ	บุญยะชัย	รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
4. คุณ มานะผล	ภู่มบุญญ	รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
5. คุณ สมบัติ	เปรมประภา	รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
6. คุณ วิศิษฐ์	ลิ้มลือชา	รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
7. คุณ ณรงค์ชัย	พิสุทธิปัญญา	รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
8. คุณ อนุรักษ์	เดชวิทักษ์	รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
9. ดร. ชัยชาญ	เจริญสุข	เลขาธิการสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

คณะกรรมการ Digital Economy

1. คุณ นพพร	เทพสิทธา	ที่ปรึกษาคณะกรรมการ
2. คุณ อนุรักษ์	เดชวิทักษ์	ประธานคณะกรรมการ Digital Economy
3. คุณ มานะผล	ภู่มบุญญ	รองประธานคณะกรรมการ Digital Economy
4. คุณ วรณวิทย์	อาชูปุตระ	รองประธานคณะกรรมการ Digital Economy
5. คุณ สมบัติ	เปรมประภา	รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
6. ดร. หลักชัย	กิตติพล	กรรมการสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
7. คุณ ประวิทย์	ประกฤษศรี	กรรมการสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
8. คุณ โสภณัส	โพธิสัถย์	กรรมการสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
9. คุณ ธรรมศ	ทั้งสมบัติ	กรรมการสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
10. คุณ ศิรินันท์	ลำชา	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการ Digital Economy
11. ดร. อัมรินทร์	ดรัณภพ	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการ Digital Economy
12. คุณ วรรัตน์	ศรีสถิตย์วัฒนา	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการ Digital Economy
13. คุณ พงษ์ลดดา	พะเนียงเวทย์	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการ Digital Economy
14. ผศ.ดร. ธรีณี	มณีศรี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการ Digital Economy
15. ดร. ปรีชา	พันธุสินชัย	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการ Digital Economy
16. คุณ รัชเดช	เชาวนโยธิน	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการ Digital Economy
17. คุณ อารดา	เพ็ญทอง	ผู้อำนวยการสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
18. คุณ วีระศักดิ์	ลอยสายออ	ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและมาตรฐาน กรมศุลกากร
19. คุณ อรรถนพ	ใจเจตน์สุข	ผู้อำนวยการส่วนบริการศุลกากร 2 สำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบัง
20. ดร. ชาญสิทธิ์	สิริธนาโชติ	ผู้อำนวยการ ฝ่ายพัฒนากระบวนการและนวัตกรรม ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย



- | | | | |
|-----|--|---------------|---|
| 21. | คุณ ศุภโชค | จันทร์ประทีน | ผู้อำนวยการสำนักมาตรฐาน สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) |
| 22. | คุณ ลักษณ์า | ศรีสมบูรณ์ | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ
สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ |
| 23. | คุณ วัลภา | สธิรชวาล | ประธาน สมาพันธ์โลจิสติกส์ไทย |
| 24. | คุณ ธง | ตั้งศรีตระกูล | รองประธานสมาพันธ์โลจิสติกส์ไทย |
| 25. | ผู้แทนสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ | | |
| 26. | ผู้แทนสมาคมขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ไทย | | |
| 27. | คุณ คงฤทธิ | จันทร์ทริก | ผู้อำนวยการบริหารสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย |
| 28. | คุณ ภัคธร | เนียมแสง | เลขานุการคณะกรรมการ |
| 29. | คุณ จิรภา | บุญพาสุข | ผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการ |

คณะผู้วิจัย

- | | | | |
|----|------------------|----------------|--------------------|
| 1. | ผศ.ดร. มนุญปายาส | ทองมาก | ที่ปรึกษาโครงการ |
| 2. | คุณ คงฤทธิ | จันทร์ทริก | ผู้อำนวยการโครงการ |
| 3. | คุณ ภัคธร | เนียมแสง | ผู้วิจัย |
| 4. | คุณ จิรภา | บุญพาสุข | ผู้วิจัย |
| 5. | คุณ ธีญนันท์ | วงศ์สิทธาจารย์ | ผู้วิจัย |

ติดต่อ สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก)

1168/97 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้น 32 โซน C ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กทม. 10120

Tel : 66 2 679-7555 , Fax : 66 2 679-7500-1

Web Site : www.tnsc.com

E-mail : tnsc@tnsc.com

สารบัญ

สารบัญ	4
บทสรุปผู้บริหาร	6
1. ความสำคัญของการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ	10
1.1 ที่มา.....	10
1.2 วัตถุประสงค์.....	10
1.3 ขอบเขตของข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ.....	10
2. การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ และตัวอย่างแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก	12
2.1 แนวโน้มเศรษฐกิจโลกในภาพรวม.....	12
2.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ และการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: ภาพรวมระดับโลก และสถานการณ์ในประเทศไทย.....	13
2.3 ความก้าวหน้าของการพัฒนาระบบ National Single Window และ ASEAN Single window.....	16
2.4 ทิศทางและการเตรียมความพร้อมของประเทศไทย เพื่อปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป	18
2.5 แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก.....	19
3. กรอบยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาของประเทศ กรอบแนวคิด และวิธีการดำเนินการศึกษา	21
3.1 กรอบยุทธศาสตร์ และแผนพัฒนาของประเทศ	21
3.2 กรอบแนวคิด eTrade for all online platform.....	22
3.3 วิธีการดำเนินการศึกษา.....	24
4. ความท้าทายที่สำคัญต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ ผลการศึกษาเชิงนโยบายและเชิงวิจัยในเบื้องต้น.....	26
4.1 ความท้าทายที่สำคัญต่อการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย	26
4.2 สรุปผลการศึกษาเชิงนโยบาย	34
4.3 สรุปผลการศึกษาเชิงวิจัย (เบื้องต้น).....	37
4.3.1 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ.....	37
4.3.2 ผลการศึกษาเชิงปริมาณ (เบื้องต้น).....	42
5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและปฏิบัติการ.....	50
5.1 ข้อเสนอแนะของ สรท. ตามแนวทาง eTrade for all.....	50
5.2 การพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจเชิงปฏิบัติการ.....	54
5.3 ข้อเสนอแนะประกอบการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ	55

5.3.1 ผู้ส่งออกหรือผู้ขาย.....	56
5.3.2 ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ.....	59
5.3.3 ธนาคารและกระบวนการชำระเงิน.....	61
5.3.4 การขนส่งสินค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์.....	62
5.3.5 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง.....	64
6. บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	67
a. บทสัมภาษณ์พิเศษจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง.....	68
1.การใช้ประโยชน์จาก e-Trading Platform ในมุมมองของผู้ประกอบการ (กลุ่มสินค้า: อาหาร/เครื่องนุ่งห่ม/เฟอร์นิเจอร์).....	68
2.ทิศทางและมุมมองภาคธนาคารต่อการทำการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ในประเทศไทย.....	71
3.แนวทางการเชื่อมโยง e-Trading Platform เข้ากับระบบ National Single Window ในมุมมองของหน่วยงานกำกับดูแล.....	72
4.ทิศทางและมุมมองผู้ให้บริการด้านการขนส่งระหว่างประเทศต่อการทำ e-Logistic ผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ในประเทศไทย.....	73
b. บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกต่อการจัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ.....	75
1.บริษัท ไทยพีพีเอฟ (ThaiPPF) จำกัด.....	75
2.บทสัมภาษณ์ บริษัท Kevina จำกัด.....	79
3.บทสัมภาษณ์บริษัท Halo Corporation Co.,Ltd.....	82
แบบสอบถาม เรื่อง ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ...83	

บทสรุปผู้บริหาร

การเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกหรืออีคอมเมิร์ซได้รับความนิยมมากขึ้น โดยมูลค่าของตลาดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีแนวโน้มเติบโตสูงสุดประมาณร้อยละ 27 ภายในปี ค.ศ. 2019 โดยเฉพาะการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน ข้อมูลของ UNCTAD ปี ค.ศ. 2017 ระบุว่า ประเทศที่เป็นสมาชิก UNCTAD มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของยอดขายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกมีมูลค่าถึง 25.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแบ่งเป็น 22.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business: B2B) และ 2.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค (Business-to-Customer: B2C) โดยมีจีนเป็นประเทศที่มีมูลค่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภคมากที่สุดถึง 617 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีมูลค่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจมากที่สุดถึง 6,443 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ด้านการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจภายในประเทศ สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้ให้ข้อมูลว่า มูลค่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปี พ.ศ. 2560 มีประมาณ 2,812,592.03 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 9.86 ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ที่ร้อยละ 59.56 คิดเป็นมูลค่า 1,675,182.23 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 8.63 เป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค ที่ร้อยละ 28.98 คิดเป็นมูลค่า 812,612.68 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 15.54 และเป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับภาครัฐ (Business-to-Government: B2G) ที่ร้อยละ 11.55 คิดเป็นมูลค่า 324,797.12 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3.24

สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สรท.) ได้เข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และร่วมจัดทำแผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยคณะกรรมการ Digital Economy ภายใต้ สรท. ได้กำหนดกลไกในการให้ข้อเสนอแนะในเรื่องการส่งเสริมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เพื่อให้คณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย โดยมีตัวแบบ (model) และแผนงานที่ครอบคลุมหลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างความตระหนัก (awareness) 2) การเข้าถึงเทคโนโลยี (access to technology) และ 3) การประยุกต์หรือการใช้ที่สอดคล้อง (application) เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อภาพรวมของการทำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอแนะคือ เพื่อการช่วยเหลือผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ต้องเผชิญกับปัญหาด้านการส่งออกต่างๆ เช่น ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่ทราบว่าผู้ประกอบการมีสินค้าเหล่านี้ หรือขั้นตอนการจัดทำเอกสารส่งออกยุ่งยากและมีการจ่ายค่าธรรมเนียมปลีกย่อย เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นอุปสรรค ทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้ การพัฒนาแพลตฟอร์มนี้จะช่วยแก้ปัญหา และตอบโจทย์แก่ผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ขอบเขตข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ครอบคลุมถึง 1) การศึกษาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนา ยกระดับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจของประเทศ 2) การให้ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ และ 3) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศและผู้ถือผลประโยชน์ร่วม (stakeholder) เช่น ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น เพื่อดำเนินการปรับเปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจจากการทำงานแบบเดิม ไปสู่การทำงานที่อยู่บนพื้นฐานของอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า ให้มีความรวดเร็ว และปรับลดขั้นตอนทางการค้าได้

กรอบแนวคิดการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ (Cross-Border B2B e-Trading Platform) ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 และยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี 2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560-2564) 3) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ ฉบับที่ 3 4) การพัฒนาระบบ National Single Window (NSW) และ 5) การพัฒนาระบบ Post Community System (PCS) เพื่อรองรับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของการค้าระหว่างประเทศ ให้ดำเนินการผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวของประเทศตั้งแต่เชิงนโยบายไปสู่เชิงปฏิบัติ

สรท. ตระหนักถึงความสำคัญของการเติบโตอย่างรวดเร็วของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเล็งเห็นว่า ประเทศไทย ยังไม่มีแพลตฟอร์มกลางเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศที่ให้บริการ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ อย่างเต็มรูปแบบ สรท. จึงสนับสนุนให้กระทรวงพาณิชย์ ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักพัฒนาธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม ในการกำหนดมาตรฐานทางการค้า ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลของ UN/CEFACT เพื่อการอำนวยความสะดวกด้านการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หรือการ เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างภาครัฐกับภาครัฐ ภาครัฐกับธุรกิจ และธุรกิจกับธุรกิจได้ โดยมีหัวใจสำคัญของการปฏิบัติให้เป็นไปตาม มาตรฐานสากล คือ 1) การปรับกระบวนการให้ง่ายขึ้น 2) การลดขั้นตอนทางเอกสารให้เป็นแบบฟอร์มเดียวกัน และ 3) การ กำหนดรหัสสินค้าและมาตรฐานต่างๆ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

นอกจากนี้ สรท. ยังได้มีการศึกษาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก เพิ่มเติมซึ่งเป็นการท้าทายที่สำคัญ เช่น การค้าของประเทศสิงคโปร์ ได้ริเริ่มการพัฒนา ระบบ NSW ชื่อ TradeNet รองรับบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ ธุรกิจกับภาครัฐ และการพาณิชย์แบบภาครัฐกับภาครัฐ เพื่อปรับปรุงลดขั้นตอนการนำส่งเอกสารการขนส่งสินค้าให้เป็นไปตาม มาตรฐานสากล เพิ่มความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ขายในการขนส่งสินค้า ผ่านโครงการชื่อ TradeXchange และปัจจุบัน กรม ศุลกากรประเทศสิงคโปร์กำลังดำเนินการย้ายบริการที่มีอยู่บนระบบ TradeXchange และ TradeNet ไปยังแพลตฟอร์มการค้า ของประเทศสิงคโปร์ (National Trade Platform: NTP) ซึ่งจะเป็นระบบนิเวศน์ด้านสารสนเทศเพื่อการค้าแบบครบวงจรที่ เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนได้กับทุกหน่วยงานของสิงคโปร์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ ธนาคารกลาง ของสิงคโปร์และฮ่องกงได้ร่วมมือกันสร้างเครือข่ายเพื่อการซื้อขายทั่วโลก (Global Trade Connectivity Network: GTCN) โดยคาดว่าจะมีการเปิดให้บริการในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562

กลุ่มธุรกิจอาลีบาบา เป็นตัวอย่างหนึ่งของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการสร้างแพลตฟอร์มการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก โดยมีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รับความนิยมหลัก ได้แก่ 1) อาลีบาบาโดทคอม (Alibaba.com) แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ รองรับการขายส่ง 2) ทิมอลล์โดทคอม (Tmall.com) แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภครองรับการค้าปลีก และ 3) เกาเป่าโดทคอม (Taobao.com) แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค ซึ่งการศึกษาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก ของประเทศสิงคโปร์และกลุ่มธุรกิจอาลีบาบา ได้ถูกใช้เป็นแนวทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจของประเทศไทยต่อไป

รายงานฉบับนี้ใช้วิธีศึกษาข้อมูล 2 รูปแบบคือ รูปแบบที่ 1. การนำเสนอแนวทางตามหลักการ e-Trade for all ของ UNCTAD ซึ่งประกอบด้วย 1.การประเมินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce assessments) 2. โครงสร้างพื้นฐานด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT infrastructure and services) 3. ระบบการชำระเงิน (payments) 4. โลจิสติกส์ การค้าระหว่างประเทศ (trade logistics) 5. กรอบกฎหมายและข้อบังคับ (legal & regulatory frameworks) 6. การพัฒนา ทักษะ (skill development) และ 7. การจัดหาเงินทุนสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (financing for e-commerce) ซึ่ง หลักการดังกล่าว ถูกใช้เป็นแนวทางในการหารือร่วมกับผู้เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการ ภายใต้อาณัติของคณะกรรมการเศรษฐกิจดิจิทัลของสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารของ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ได้ข้อสรุปความเห็นและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และรูปแบบที่ 2. การศึกษาเก็บข้อมูล ด้วยแบบสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ประกอบการส่งออกที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ ThaiTrade.com ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และเคยใช้บริการส่งออกผ่านแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลกมาแล้ว ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร ผักและผลไม้สดและแปรรูป กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการแจก แบบสอบถามแก่ผู้ประกอบการ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลในเชิงปฏิบัติที่แท้จริง รวมถึงแนวทางการส่งเสริม และแก้ปัญหาที่ เกิดขึ้นจากการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ นำไปสู่ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้าม พรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจที่ครอบคลุม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของ สรท. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายตามแนวทาง UNCTAD eTrade for all ต่อการพัฒนา และยกระดับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจของประเทศ มีดังนี้ 1) การจัดทำดัชนีชี้วัด ความสามารถด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการ และกระตุ้นให้เกิดความตระหนักถึง ความสำคัญของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจสู่ธุรกิจ 2) การเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศและการสื่อสาร เช่น การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง รวมถึงการวางแนวทางป้องกันโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศวิกฤต เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความไว้วางใจต่อการใช้งานแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน 3) การส่งเสริมให้ผู้ให้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งธนาคารและไม่ใช่นักธนาคาร เข้าร่วมพัฒนาแพลตฟอร์มฯ 4) การเร่งพัฒนาระบบ NSW ของไทยให้แล้วเสร็จ และสามารถเชื่อมโยงเข้ากับระบบ ASEAN Single Window (ASW) ของประชาคมอาเซียนตามหลักการมาตรฐานสากลของ WCO และเชื่อมต่อกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการเร่งพัฒนาระบบกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งผ่านท่า (Port Community System: PCS) และการส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทย รวมกลุ่มพัฒนาระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์หรืออีโลจิสติกส์ที่เป็นมาตรฐาน ให้สามารถแข่งขันหรือทัดเทียมกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ 5) การปรับปรุงการทำงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับการทำธุรกรรมในระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการปฏิรูปกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ ให้รองรับและสนับสนุนการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 6) การจัดอบรมหลักสูตรการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน การจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษา ตลอดจนการสร้างต้นแบบธุรกิจเพื่อปรับตัวไปสู่การเป็นดิจิทัล (digitalization) หรือการจัดตั้งเคาน์เตอร์เซอร์วิสเพื่อช่วยให้คำแนะนำด้านการจัดหาซอฟต์แวร์หรือระบบที่สนับสนุนผู้ส่งออกเพื่อเชื่อมโยงเข้ากับแพลตฟอร์มฯ และ 7) การจัดสรรงบประมาณของภาครัฐในรูปแบบบูรณาการ ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน และใช้งบประมาณได้ตอบสนองความต้องการมากที่สุด รวมถึงการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรดิจิทัล

การพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจเชิงปฏิบัติการ สรท.จึงแบ่งการดำเนินงานในเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ ออกเป็น 3 ระยะ 1.ระยะที่ 1 Online/ Offline ส่วนของแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งออกหรือผู้ซื้อกับผู้นำเข้าหรือผู้ขายข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ 2.ระยะที่ 2 Online ส่วนของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เติมการชำระเงิน ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อจะชำระเงินผ่านช่องทางของธนาคาร (banking portal) ไปยังผู้ส่งออกหรือผู้ขาย 3.ระยะที่ 3 Online ส่วนของระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ ภายหลังการดำเนินการเตรียมสินค้าและขนส่งสินค้าโดยผู้ขาย จะเป็นส่วนของระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์หรืออีโลจิสติกส์ (e-logistics) ซึ่งจะต้องเชื่อมโยงกับระบบ NSW นอกจากนี้แผนภาพแนวคิดการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจข้างต้น สรท.ได้จัดทำแผนภาพแสดงลำดับขั้นตอน (flowchart) เพื่อแสดงรายละเอียดลำดับขั้นตอนของการส่งออกนำเข้าแบบเดิม โดยได้มีการแบ่งผู้ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันผ่านแพลตฟอร์มกลางเป็น 5 ส่วนหลัก ได้แก่ 1.ผู้ส่งออกหรือผู้ขาย 2.ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ 3. ภาคนักการ 4.ผู้ให้บริการโลจิสติกส์และสายเรือ 5.หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะเชิงวิจัย (เบื้องต้น) ของ สรท. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยเบื้องต้น ต่อการพัฒนาและยกระดับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ แบ่งเป็น 5 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่ ส่วนที่ 1) ประเด็นการเข้าสู่ตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในฐานะผู้ส่งออกหรือผู้ขาย แพลตฟอร์มควรช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ และสามารถช่วยควบคุมต้นทุนการส่งสินค้าไปต่างประเทศ เช่น การเสนอราคาที่มีความหลากหลายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ การลดความซับซ้อนของการขอเอกสารส่งออก รวมถึงการแสดงผลข้อมูลภาวะเทียบและเอกสารนำเข้าที่ถูกร้องขอจากประเทศปลายทางไว้บนแพลตฟอร์ม จะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ขายมากขึ้น และควรมีระบบการคัดกรองลูกค้าปลายทางด้วยการลงทะเบียนหรือการตรวจสอบจากทูตพาณิชย์ในต่างประเทศ หรือผู้ขายสินค้าช่วยคัดกรอง เพื่อช่วยรับรองและตรวจสอบข้อมูลของผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อต่างประเทศว่ามีตัวตนอยู่จริง ส่วนที่ 2) การบริการที่สนับสนุนด้านการเงิน และระบบการชำระเงินออนไลน์ แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ควรกำหนดวิธีการชำระเงินระหว่างผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อในต่างประเทศและผู้ส่งออกหรือผู้ขายที่ครอบคลุม รวมถึงการให้บริการสนับสนุนด้านการเงิน เช่น เงินทุนหมุนเวียน การประกันความเสี่ยงด้านการชำระเงิน เป็นต้น ส่วนที่ 3) การใช้บริการด้านโลจิสติกส์ แพลตฟอร์มควรสนับสนุนการเชื่อมโยงเข้ากับระบบ NSW ของกรมศุลกากร เพื่ออำนวยความสะดวกขั้นตอนพิธีการศุลกากร และช่วยลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ประกอบการรายเล็ก รวมถึงแพลตฟอร์มควรเปิดให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถเข้ามาแข่งขัน เพื่อให้บริการบนแพลตฟอร์มให้มีความหลากหลาย ทำให้ผู้ส่งออกมีทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น ส่วนที่ 4) การเจรจาต่อรองเงื่อนไขการค้าระหว่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มฯ แพลตฟอร์มกลางควรสามารถรองรับการกำหนดเงื่อนไขการค้าระหว่างประเทศ เช่น การทำสัญญาการค้า (International Commercial Terms: Incoterm) สัญญาประกันภัยสินค้าขนส่งทางทะเล รวมถึงสัญญาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ทันที ส่วนที่ 5) การฝึกอบรมผู้ประกอบการที่ต้องการใช้บริการแพลตฟอร์ม ภายหลังจากการพัฒนาแพลตฟอร์มได้แล้ว ควรสนับสนุนให้มีการจัดอบรมกับผู้ให้บริการหรือสมาชิก (ผู้ส่งออกหรือผู้ขายและผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ) เพื่อ

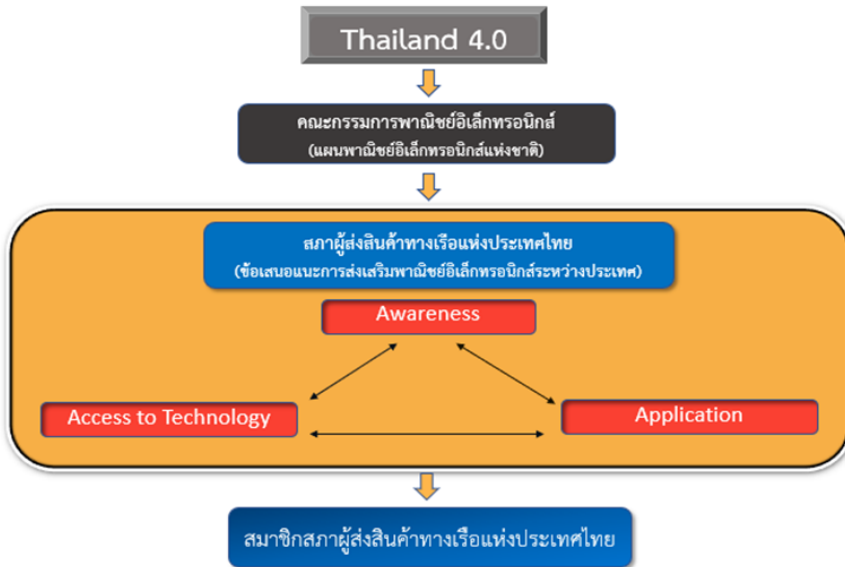


สร้างความเข้าใจเรื่องการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์ม และอบรมการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินที่เหมาะสมกับผู้ส่งออก เป็นต้น ด้านข้อเสนอแนะอื่นๆ ผู้ประกอบการเห็นด้วยเรื่องการยกระดับ Thaitrade.com ให้เป็นแพลตฟอร์มธุรกิจกับธุรกิจที่สมบูรณ์มากขึ้น และสามารถซื้อขายออนไลน์ได้จริง และควรใช้วิธีตลาดนำระบบ เช่น แพลตฟอร์มควรจะต้องมีรายชื่อผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อของประเทศปลายทาง มีการแยกกลุ่มสินค้าเป็นหมวดหมู่ และควรปรับแพลตฟอร์มให้มีรูปแบบและขั้นตอนการสมัครเข้าเป็นสมาชิกที่ง่ายขึ้น ทัดเทียมกับแพลตฟอร์มระดับโลก เช่น อาลีบาบา และควรจัดให้มีการทำ One Stop Service สำหรับผู้ที่จะเข้ามาใช้แพลตฟอร์ม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

1. ความสำคัญของการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

1.1 ที่มา

ตามที่สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และร่วมจัดทำแผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564) นั้น คณะกรรมการ Digital Economy จึงได้กำหนดกลไกในการให้ข้อเสนอแนะในเรื่องการส่งเสริมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เพื่อให้คณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย โดยมีตัวแบบ (Model) และแผนงาน ที่ครอบคลุมหลักการสำคัญ 3 ประการ 1) การสร้างความตระหนัก (Awareness) 2) การเข้าถึงเทคโนโลยี (Access to technology) และ 3) การประยุกต์หรือการใช้ที่สอดคล้อง (Application) ดังแสดงในภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1: กลไกในการสนับสนุนระดับนโยบาย และดำเนินการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการส่งออกไทย และสมาชิก สรท.
ที่มา: (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย , 2018)

1.2 วัตถุประสงค์

การจัดทำแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากในประเทศไทยมีสินค้าที่มีคุณภาพจำนวนมากที่สามารถส่งออก แต่ผู้ประกอบการยังเผชิญกับปัญหาสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการที่ต้องการขายสินค้า ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย 2) ผู้ซื้อหรือลูกค้า ไม่ทราบว่าสินค้าเหล่านี้ และ 3) การส่งออกสินค้ามีขั้นตอนการจัดทำเอกสารยุ่งยาก และมีรายเอียดการจ่ายค่าธรรมเนียมเพื่อการส่งออกปลีกย่อย ปล่อยให้จึงเป็นอุปสรรค ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศได้ การพัฒนาแพลตฟอร์มนี้ จะช่วยแก้ปัญหา และสามารถตอบโจทย์แก่ผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนผู้ประกอบการรายย่อยได้

1.3 ขอบเขตของข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

ขอบเขตของข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ครอบคลุมถึง 1) การศึกษาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนา ยุกระดับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจของประเทศ 2) การให้ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ และ 3) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ และผู้ถือผลประโยชน์ร่วม (stakeholder) เช่น ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistic Service Provider: LSP) ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น เพื่อดำเนินการปรับเปลี่ยนธุรกิจจากการทำงานแบบดั้งเดิม (traditional) ไปสู่การทำงานที่อยู่บนพื้นฐานของอิเล็กทรอนิกส์ (electronic-based) เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และปรับลดขั้นตอนทางการค้า

ในอนาคต อาจมีการพัฒนาส่วนต่างๆ ของแพลตฟอร์ม ให้เป็นแบบออนไลน์ทั้งหมด แต่ด้วยข้อจำกัดในปัจจุบัน กระบวนการทางธุรกิจดังกล่าวจึงอาจต้องถูกดำเนินการ โดยผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ร่วมกับช่องทางออฟไลน์อยู่ เช่น การเตรียมการขนส่งสินค้าอาจยังใช้แรงงานคน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีส่วนสำคัญคือ การปรับปรุงขั้นตอนหรือกระบวนการชำระเงินต่างๆ ซึ่งอาจใช้ระยะเวลาถึง 2 ปี จึงจะทำให้แพลตฟอร์มฯ อยู่ในรูปแบบออนไลน์ได้อย่างสมบูรณ์ ขอบเขตของข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ในแง่ของการจัดทำหรือพัฒนาแพลตฟอร์มฯ จึงควรถูกแบ่งออกตามระยะการพัฒนา (development phase) ดังภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบที่ 2: ข้อเสนอแนะเพื่อการจัดทำแพลตฟอร์มฯ ตามระยะการพัฒนา 3 ระยะ ตามแนวทางของสรท.
ที่มา: (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย , 2018)

2. การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ และตัวอย่างแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก

2.1 แนวโน้มเศรษฐกิจโลกในภาพรวม

ทิศทางเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มดีขึ้น ทิศทางของเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. 2561 นั้นอยู่ในวัฏจักรขาขึ้น เกือบทุกประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและทั่วโลก มีการเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา ทำให้เป็นแรงสนับสนุนให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศหรือไอเอ็มเอฟ (International Monetary Fund – IMF) คาดการณ์ว่า เศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. 2561 และในปี พ.ศ. 2562 จะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3.9 โดยกลุ่มเศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้ว (advanced economies) ขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 2.3 ในปี พ.ศ. 2561 และขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 2.2 ในปี พ.ศ. 2562 ส่วนกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่และประเทศกำลังพัฒนา (emerging market and developing market) ขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 4.9 ในปี พ.ศ. 2561 และขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 5.0 ในปี พ.ศ. 2562 ในขณะที่ธนาคารโลก (World Bank) คาดการณ์ว่า เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3.1 ในปี พ.ศ. 2561 และลดลงเหลือร้อยละ 3.0 ในปี พ.ศ. 2562 (World Economic and Financial Surveys: Regional Economic Outlook-Asia and Pacific Good Times, Uncertain Times: A Time to Prepare, April 2018, IMF)

การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในหลายภูมิภาคเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การขยายตัวทางเศรษฐกิจโลกนั้นจะเกิดจากการขยายตัวสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันในทุกภูมิภาค จากปัจจัยภาวะแวดล้อม และบรรยากาศการค้าโลกที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาคการค้าระหว่างประเทศในปีนี้อย่างคงเป็นแรงสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจในหลายประเทศ ประกอบกับการฟื้นตัวของกำลังการบริโภคในภาคเอกชน ซึ่งสังเกตได้จากกลุ่มประเทศผู้นำที่เริ่มเข้าสู่ภาวะการจ้างงานเต็มที่แล้ว (full-employment) ทำให้ผู้บริโภคมีการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการเพิ่มเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

อัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ แม้อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจจะมีการเติบโตและมีการจ้างงานอย่างเต็มที่ แต่อัตราเงินเฟ้อ (core inflation) ยังคงเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ เนื่องจากราคาสินค้าอุปโภคบริโภคไม่ได้ปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจและแนวโน้มราคาน้ำมันที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากนัก โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรที่ผลผลิตยังขึ้นอยู่กับฤดูกาลเป็นปัจจัยหลัก

นโยบายทางการเงินของกลุ่มประเทศเศรษฐกิจหลัก ในส่วนของนโยบายทางการเงินของกลุ่มประเทศเศรษฐกิจหลักส่วนใหญ่เริ่มเข้าสู่ภาวะตึงตัว สหรัฐอเมริกาเริ่มปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างค่อยเป็นค่อยไป และมีแนวโน้มปรับขึ้นอีก 3 ครั้งภายในปี พ.ศ. 2561 หลังจากภาวะเศรษฐกิจขยายตัวอย่างเข้มแข็ง ขณะที่ทางกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปเริ่มทำการผ่อนคลายนโยบายการเงิน (Quantitative Easing : QE) เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น (IMF, World Economic Outlook, April 2018, 2018)

ทิศทางเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มดีขึ้น การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในหลายภูมิภาคที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และนโยบายทางการเงินของกลุ่มประเทศเศรษฐกิจหลัก ส่งผลเชิงบวกต่อการค้าระหว่างประเทศ

ความท้าทายต่อการค้าระหว่างประเทศ นอกจากประเด็นดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีความท้าทายหลายประการที่จะทำให้การค้าระหว่างประเทศเกิดการชะลอตัวหลายประการ ได้แก่

1. **ความเปราะบางของตลาดการเงิน** ด้านตลาดการเงิน อาจเกิดภาวะเปราะบางของตลาดขึ้นได้ จากการใช้นโยบายการเงินแบบตึงตัวมากขึ้น
2. **ความผันผวนของค่าเงิน** เนื่องจากความไม่แน่นอนในนโยบายในการบริหารประเทศของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ที่สร้างความผันผวนให้กับค่าเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นหนึ่งในสกุลเงินหลักที่มีผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโลก และส่งต่อความผันผวนไปยังค่าเงินสกุลอื่น นักลงทุนจึงอาจไม่มั่นใจในภาวะเศรษฐกิจ

แต่สำหรับนักลงทุนที่เป็นผู้ประกอบการสัญชาติสหรัฐ กลับได้รับแรงหนุนจากนโยบายปฏิรูปภาษีที่ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนมากขึ้น

3. **นโยบายกีดกันทางการค้า** ต่างประเทศเริ่มมีการวางนโยบายแบบชาตินิยม และกำหนดข้อกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศนอกเหนือจากมาตรการทางภาษี เพื่อปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศ โดยตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2560 จนถึงปัจจุบัน ประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มใช้มาตรการดังกล่าวกับสินค้าหลายประเภท เช่น เครื่องซักผ้า แฝงโซลาเซลล์ เหล็กและอลูมิเนียม เป็นต้น และมีการคาดการณ์ว่า จะดำเนินการเช่นเดียวกันกับอีกหลายกลุ่มสินค้า การกระทำดังกล่าวจะนำมาซึ่งการตอบโต้ทางการค้าในอีกหลายประเทศที่ได้รับผลกระทบ จนกลายเป็นสงครามทางการค้าได้ ซึ่งหากทุกฝ่ายไม่ร่วมเจรจาเพื่อหาข้อตกลงโดยเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อขยายตัวของเศรษฐกิจโลกสะตูดตัว
4. **ความตึงเครียดทางการเมือง** ความเสี่ยงจากความตึงเครียดทางการเมืองระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นในหลายภูมิภาค ยังทวีความรุนแรง โดยเฉพาะประเทศแถบตะวันออกกลางและยุโรปตะวันออก ที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศในภาพรวม
5. **ความผันผวนของสภาพแวดล้อมและฤดูกาล** ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและฤดูกาลที่มีความผันผวน อาจส่งผลกระทบต่อภาคการผลิต โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ต้องพึ่งพวัตุดิบตามฤดูกาล

ความท้าทาย ได้แก่ ความเปราะบางของตลาดการเงิน ความผันผวนของค่าเงิน นโยบายกีดกันทางการค้า ความตึงเครียดทางการเมือง และความผันผวนของสภาพแวดล้อมและฤดูกาล ส่งผลเชิงลบต่อการค้าระหว่างประเทศ

2.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ และการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: ภาพรวมระดับโลก และสถานการณ์ในประเทศไทย

พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ได้รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2558 โดยแบ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ Baby Boomer Gen X, Gen Y และ Gen Z การสำรวจพบว่า Gen Y ซึ่งเกิดในปีพ.ศ.2523 – พ.ศ.2540 เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 54.2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (หรือเฉลี่ยเกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน) โดยใช้อุปกรณ์ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่มีความหลากหลาย ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ทั้งนี้ คนไทยผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยส่วนใหญ่เกิดจากการเข้าไปศึกษาข้อมูลรีวิวเกี่ยวกับสินค้าทางอินเทอร์เน็ตก่อนตัดสินใจซื้อ สินค้าที่ได้รับความนิยมซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากที่สุดคือ สินค้าหมวดแฟชั่น กระเป๋า เสื้อผ้า อุปกรณ์ไอที และสุขภาพ ความสวยความงาม (Electronic Transaction Development Agency, 2558)

ด้านผลสำรวจ Global Survey on Internet Security and Trust โดย The United Nations Conference on Trade and Development หรือ UNCTAD (2018) ระบุว่า ความไม่มั่นใจของผู้ใช้ต่อความมั่นคงของอินเทอร์เน็ตทั่วโลก ในปี ค.ศ. 2018 ลดลงจากปี ค.ศ. 2017 จากร้อยละ 65 เป็นร้อยละ 48 นอกจากนี้ ผลการสำรวจฉบับเดียวกันยังระบุว่า ผู้บริโภคมีความไว้วางใจ (trust) ในการชำระเงินผ่านแอปบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ (mobile application) มากขึ้นจากร้อยละ 57 ในปี ค.ศ. 2017 เป็นร้อยละ 60 ในปี ค.ศ. 2018 หลายปีที่ผ่านมาระยะนี้ได้เห็นการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในหลายมิติ อาทิ การเปลี่ยนไปอ่านหรือเสพเนื้อหาจากแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่มีเนื้อหาฟรีหรือไม่คิดค่าบริการในการเข้าใช้เป็นจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสื่อและสิ่งพิมพ์ ทำให้นิตยสารและหนังสือพิมพ์หลายฉบับถูกปิดตัวลง ประกอบกับการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ตัวกลาง และผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะการเกิดขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็วของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซ (e-commerce) ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างรวดเร็ว (fast shopping) ของผู้บริโภคยุคใหม่ ผู้ประกอบการจำนวนมากจึงหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการใช้โซเชียลมีเดียในการทำตลาด เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคใหม่เหล่านั้น และยังส่งผลให้ผู้ประกอบการแบบธุรกิจกับธุรกิจที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการค้าของตนเองให้

ตรงตามความต้องการของตลาดได้ ต้องปรับตัวและพัฒนาแบบจำลองทางธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

การเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลก การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซได้รับความนิยมมากขึ้นทั่วโลก โดยมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 24 จากช่วงปี ค.ศ. 2014 ถึง 2016 และคาดว่าจะเติบโตได้อีกร้อยละ 13 ภายในปี ค.ศ. 2019 โดยมูลค่าของตลาดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีแนวโน้มเติบโตสูงสุด ซึ่งคาดว่าจะมีการเติบโตร้อยละ 27 ภายในปี ค.ศ. 2019 อีกทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกยังมีสัดส่วนการค้าผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อสัดส่วนการค้าปลีกมากที่สุดร้อยละ 27 ตามมาด้วยภูมิภาคอเมริกาเหนือ และยุโรปตะวันตก ที่ร้อยละ 12 และร้อยละ 8 ตามลำดับ ดังแสดงในภาพประกอบที่ 3 (ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER, 2017) นอกจากนี้ รายงาน UNCTAD B2C E-commerce Index 2017 ยังระบุว่า อัตราการเติบโตของการผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ทั่วโลก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010 ถึงปี ค.ศ. 2016 มีการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 2 ต่อปี โดยในปี ค.ศ. 2010 อัตราการเติบโตของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ เติบโตเพียงร้อยละ 11 ขณะที่ล่าสุดปี ค.ศ. 2016 พบว่า ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ทั่วโลกมีเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 22 หรือเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 11 ในระยะเวลาเพียง 6 ปี

โอกาสของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน รายงาน Information Economy Report 2017 จากการเก็บข้อมูลของ UNCTAD และจากการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานด้านสถิติของประเทศที่เป็นสมาชิก UNCTAD เพื่อประเมินอัตราการเติบโตเฉลี่ยของยอดขายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกพบว่า ยอดขายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกมีมูลค่าถึง 25.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี ค.ศ. 2015 โดยแบ่งเป็น 22.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ B2B และ 2.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมีจีน เป็นประเทศที่มีมูลค่าของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภคมากที่สุด 617 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภคเฉลี่ย 612 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจพบว่า ประเทศที่มีมูลค่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจมากที่สุดคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมูลค่ามากถึง 6,443 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ถัดมาคือ ประเทศญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งมีสัดส่วนในมูลค่าของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจต่อสัดส่วนของโลกมากถึงร้อยละ 96 ทั้งสองประเทศ ซึ่งคิดเป็นมูลค่า 2,382 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 1,113 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ

รายงานดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า บุคคลหรือองค์กร มีการสั่งซื้อหรือขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความสะดวกในเข้าถึงการซื้อขายสินค้าออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีตัวเลขสถิติอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ยกเว้นในบางประเทศที่ได้เผยแพร่ตัวเลขการทำธุรกรรม ซึ่งยึดตามข้อมูลจากฐานงานวิจัยเดิมที่เคยมี ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค UNCTAD ประเมินว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภคข้ามพรมแดน (cross-border B2C e-commerce) ในปี ค.ศ. 2015 มีมูลค่ารวม 189 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ จากผู้ซื้อสินค้าจำนวน 380 ล้านคนที่เป็นผู้ซื้อข้ามพรมแดนโดยประมาณการ 10 ประเทศ ที่มีมูลค่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับผู้บริโภคสูงสุด ในปี ค.ศ. 2015 คิดเป็นร้อยละ 1.4 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด หรือเทียบเท่าร้อยละ 7 ของมูลค่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภคทั้งหมด เท่านั้น

อย่างไรก็ดี ผลการจัดอันดับตามรายงาน UNCTAD B2C E-commerce Index 2017 ด้านความไว้วางใจในความมั่นคงของการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า ประเทศไทยอยู่ลำดับที่ 48 ขึ้นมาจากลำดับที่ 50 ในปี ค.ศ. 2015 ดังแสดงในภาพประกอบที่ 3 แต่ยังคงพบว่า แม้ประเทศไทยจะมีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น แต่ยังคงขาดการรักษาความมั่นคง อาทิ การมีเครื่องบริการอินเทอร์เน็ตที่มีความมั่นคง (secure Internet servers) ภาครัฐและเอกชนจึงจำเป็นต้องร่วมมือกันส่งเสริมการพัฒนาระบบให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความไว้วางใจในการใช้บริการ และมีการป้องกันความเสี่ยงให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างเหมาะสม

Rank 2017	Economy	Share of individuals using internet	Share of individuals with an account	Secure Internet Servers per 1 million people	UPU Postal reliability	Index Value	Index Rank (2015,data)
5	Rep. of Korea	93	94	96	99	96	4
16	Hong kong (China)	87	96	88	92	91	15
18	Singapore	81	96	87	97	90	18
23	United Arab Emirates	91	84	79	96	87	26
38	Malaysia	79	81	66	82	77	40
39	Mauritius	53	82	71	96	76	57
42	Trinidad and Tobago	73	76	67	75	73	59
45	Saudi Arabia	74	69	59	75	73	59
46	Islamic Rep. of Iran	53	92	45	86	69	52
48	Thailand	48	78	54	93	68	50

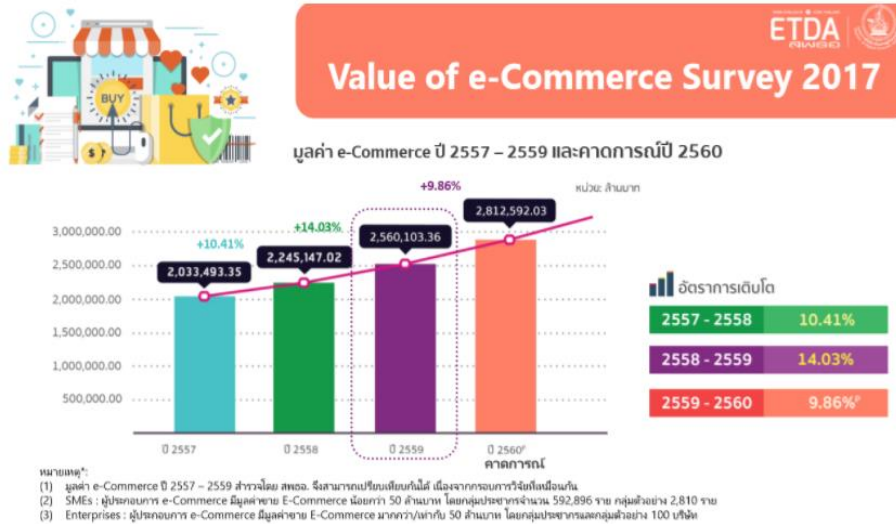
ภาพประกอบที่ 3: 10 อันดับของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาต่อความไว้วางใจในความมั่นคงของการใช้อินเทอร์เน็ต

ที่มา: (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย , 2018)

นอกจากนี้การสัมมนาวิชาการ หัวข้อ “Basic building Blocks for citizens to engage in e-Commerce transactions” ของ UNCTAD (UNCTAD, e-Commerce Week, 2018) ระบุว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศกำลังพัฒนา ให้มีความสมบูรณ์และได้มาตรฐานสากล มีหน่วยโครงสร้าง (building block) ที่สำคัญ ที่ทำให้ผู้ใช้เข้าใช้บริการแพลตฟอร์มฯ ดังนี้ 1) การเชื่อมต่อ (connectivity) ต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึง และสามารถจ่ายเพื่อเข้าใช้งานได้ในราคาที่เหมาะสม 2) การใช้งาน (use) ต้องทำให้ผู้ใช้รู้สึกวางใจที่จะใช้ระบบระบบการรักษาความปลอดภัยและความมั่นคงเพียงพอ 3) กลไกในการชำระเงิน (payment mechanisms) มีระบบการชำระเงินที่หลากหลาย และสามารถเชื่อมต่อกับธนาคารได้โดยตรง รวมถึงมีกลไกที่ไว้วางใจได้ เช่น การชำระเงินโดยโอนผ่านธนาคาร เพย์พาล หรือการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนร่วมด้วย เป็นต้น เพื่อสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ใช้งาน 4) กลไกในการส่งมอบสินค้า (delivery mechanism and geo-mapping/addresses) มีวิธีการส่งมอบสินค้าที่หลากหลาย ใช้ประโยชน์จากพิกัด (geo-mapped) และรหัสสินค้า เพื่อให้การขนส่งสินค้าทำได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และ 5) กฎหมายและข้อบังคับ (legal and regulatory tools) มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่ทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

สัดส่วนของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจภายในประเทศ สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ให้ข้อมูลว่า มูลค่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในปี พ.ศ. 2560 มีประมาณ 2,812,592.03 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 9.86 ดังแสดงในภาพประกอบที่ 4 โดยส่วนใหญ่ยังเป็นการพาณิชย์แบบธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business: B2B) ที่ร้อยละ 59.56 คิดเป็นมูลค่า 1,675,182.23 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 8.63 เป็นการพาณิชย์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค ที่ร้อยละ 28.98 คิดเป็นมูลค่า 812,612.68 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 15.54 และเป็นการพาณิชย์แบบธุรกิจกับภาครัฐ (Business-to-Government: B2G) ที่ร้อยละ 11.55 คิดเป็นมูลค่า 324,797.12 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3.24 และมีการคาดการณ์มูลค่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รายอุตสาหกรรมโดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ที่ระบุว่า อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าในการพาณิชย์ผ่านระบบอีคอมเมิร์ซมากที่สุดคือ อุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่ง บริการที่พัก และการผลิต ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) , 2017) ทั้งนี้ ปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อผลักดัน สนับสนุน และพัฒนาผู้ประกอบการตั้งแต่ระดับฐานราก อาทิ เกษตรกร ตลอดจนผู้ประกอบการท้องถิ่น

ให้สามารถเข้าสู่ระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้จริง รวมถึงพัฒนาผู้ประกอบการรายเดิมให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น อีกทั้งส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ให้เข้ามาทำธุรกิจมากขึ้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) , 2017)



ภาพประกอบที่ 4: มูลค่าตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ปี พ.ศ. 2557-2559 และคาดการณ์ปี พ.ศ. 2560

ที่มา: (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) , 2017)

อย่างไรก็ตาม นอกจากการเติบโตด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจภายในประเทศแล้ว จะเห็นได้ว่า ยังมีโอกาสของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนที่สนับสนุนการค้าระหว่างประเทศได้ หากแต่ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ประกอบการต้นน้ำ ผู้ให้บริการช่องทางการกระจายสินค้า และผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของไทยยังอาจขาดความพร้อมในการพัฒนา เพื่อต่อยอดไปสู่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจสู่ธุรกิจ ซึ่งเป็นโจทย์สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และทำให้ผลประโยชน์ที่เกิดกับผู้ประกอบการภายในประเทศมีมากที่สุด

พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ การเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลก โอกาสของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน ผลกระทบจากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการค้าปลีก โอกาสการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย สัดส่วนของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจภายในประเทศ ส่งผลเชิงบวกต่อการค้าระหว่างประเทศ ผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

2.3 ความก้าวหน้าของการพัฒนาระบบ National Single Window และ ASEAN Single window

การพัฒนาระบบ National Single Windows (NSW) หรือระบบบริการกลาง การเชื่อมโยงข้อมูลของประเทศ เกิดขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2548 ที่เห็นชอบให้กรมศุลกากรเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการจัดตั้งระบบ NSW และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า การส่งออก และโลจิสติกส์ ร่วมมือผลักดันให้ระบบ NSW เกิดขึ้นได้สำเร็จตามเป้าหมาย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการค้าระหว่างประเทศ ให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตั้งแต่เดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2554 เป็นต้นมา ระบบ NSW จึงถูกพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และเริ่มมีความพร้อมเพื่อรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ดังแสดงในภาพประกอบที่ 5 แม้จะยังไม่เสร็จสมบูรณ์ แต่กรมศุลกากรได้มีการทำงานแบบบูรณาการร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจในการออกใบอนุญาต/ใบรับรองให้แก่ผู้ประกอบการนำเข้าส่งออก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการนำเข้า ส่งออก และโลจิสติกส์ โดยได้นำเทคโนโลยีเข้ามาเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกันระหว่างหน่วยงาน และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาครัฐกับภาครัฐ (Government-to-Government: G2G) และธุรกิจกับภาครัฐ (Business-to-Government: B2G) อำนวยความสะดวก

สะดวกให้ผู้ประกอบการไม่ต้องนำเอกสารมาใช้ในการดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากร ส่งผลให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกรรมได้รวดเร็ว ลดระยะเวลาในกระบวนการนำเข้า ส่งออก ทำให้ภาพรวมการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยมีความทัดเทียมกับนานาประเทศ (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย , 2018)



ภาพประกอบที่ 5: กรอบระยะเวลาการดำเนินงานด้าน National Single Window: NSW ของกรมศุลกากรและประเด็นปัญหาที่ยังคงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาระบบ NSW

ที่มา: (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย , 2018)

อุปสรรคของการพัฒนาระบบ NSW ให้แล้วเสร็จ แม้ว่าภาพพัฒนาระบบ NSW มีความคืบหน้า แต่ปัจจุบันยังพบปัญหาว่า การพัฒนาระบบ NSW ไม่น่าจะดำเนินการได้แล้วเสร็จ อันเกิดจากปัญหาสำคัญ ดังแสดงในภาพประกอบที่ 5 ได้แก่ 1) การเปลี่ยนผู้รับผิดชอบหลักในการออกใบรับรองหรือใบอนุญาต ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการพัฒนาเพื่อเข้าระบบ 2) แม้จะเริ่มพัฒนามากกว่า 13 ปีแล้ว แต่บางหน่วยงานยังไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุน เพื่อการพัฒนา ระบบ NSW และมีบางกิจกรรมยังอยู่ในระหว่างการขอประมาณปี พ.ศ. 2562 3) หลายหน่วยงานไม่ปฏิบัติตามรายการตรวจสอบ (check list) ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการค่าบริการและการขนส่ง (กบส.) ทำให้มีการดำเนินการ เฉพาะตามกิจกรรมที่ระบุไว้ในแผนงานเดิมของหน่วยงาน และ 4) หน่วยงานส่วนใหญ่ยังไม่มีการปรับแก้ไขกฎระเบียบที่สำคัญ เพื่อให้สอดคล้องกับการปรับกระบวนการ จากการทำงานผ่านระบบเอกสารไปสู่การดำเนินงานผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ไม่สามารถใช้งานระบบที่พัฒนาขึ้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่สำคัญด้านการใช้ประโยชน์ และการเชื่อมโยงกับประเทศคู่ค้าคือ การพัฒนาระบบ NSW ของไทยไม่มีการสนับสนุนรายการข้อมูลมาตรฐาน (data harmonization) ในระดับเขตข้อมูลหรือฟิลด์ (field) ทำให้ยังมีความซ้ำซ้อนในการป้อนข้อมูลเดียวกันเข้าสู่ระบบ สะท้อนให้เห็นถึงความไม่สมบูรณ์ของการทำงานเชิงบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการวางแผนพัฒนาระบบ NSW ที่ขาดการมองภาพรวมในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีหน่วยงานที่ออกใบอนุญาตและใบรับรองที่อยู่ในระบบทั้งหมด 37 หน่วยงาน เช่น กรมการค้าต่างประเทศ กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมนิคมอุตสาหกรรม กรมสรรพสามิต กรมปศุสัตว์ กรมเจ้าท่า กรมการขนส่งทางบก กรมการบินพลเรือน กรมประมง กรมวิชาการเกษตร สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ความก้าวหน้าของระบบ National Single Window อุปสรรคของการพัฒนาระบบ NSW ให้แล้วเสร็จ ส่งผลเชิงลบต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ ซึ่งอาจต้องอาศัยการเชื่อมโยงกับระบบ NSW

การพัฒนา ASEAN Single Window การเกิดขึ้นของโครงการ Asean Single Window ในปี ค.ศ. 2018 ประชาคมอาเซียนมีประชากรทั้งหมด 613 ล้านคน และมีการเติบโตทางเศรษฐกิจถึงร้อยละ 6.2 เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจโลกที่ร้อยละ 3.1 โครงการเชื่อมโยงข้อมูลระบบ NWS ของประเทศในอาเซียนร่วมกันเป็นระบบ ASEAN Single Window (ASW) ภายใต้ความตกลง ASEAN Single Window Pilot Project ของประเทศ 10 ประเทศ

เริ่มต้นขึ้นในปี พ.ศ. 2554 มีวัตถุประสงค์เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยความคืบหน้าล่าสุดพบว่า การพัฒนาระบบ ASW ได้เชื่อมโยงเอกสาร ATIGA Form D ทั้งหมดของประเทศ 5 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ มาเลเซีย และเวียดนาม แต่ยังคงติดปัญหาการเชื่อมโยงระบบ NSW ของแต่ละประเทศเข้าด้วยกัน ซึ่งจำเป็นต้องดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ควบคู่ไปกับการออกหนังสือรับรอง (ATIGA Form D) (ASEAN Single Window, 2018)

การปรับปรุง ASW การปรับปรุงในส่วนอื่นของ ASW เพิ่มเติม ได้แก่ 1) การปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องให้ดีขึ้น ได้แก่ โครงการส่งสินค้าที่มีมูลค่าต่ำของอาเซียน (ASEAN low value shipment program) การสำแดงการนำเข้า (import declaration) การขอใบอนุญาตนำเข้า (import license) และการขอใบอนุญาตนำเข้าส่งออกสำหรับสินค้าที่ต้องเสียอากร (import/ export license for dutiable goods) เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล WTO และ TFA 2) การให้ความสำคัญกับความมั่นคงไซเบอร์ (cybersecurity) เช่น การสร้างมาตรฐานด้านความมั่นคงของระบบ ความมั่นคงของการใช้คลาวด์ การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ เป็นต้น และภาวะส่วนตัว (privacy) เช่น การรักษาความลับของลูกค้า 3) การจัดการความเสี่ยงของหน่วยงานที่ดูแลการข้ามเขตแดน (border agencies) ที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการอำนวยความสะดวกด้านการค้าระหว่างประเทศ การค้าชายแดน การค้าผ่านแดน และสร้างความไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ และ 4) การทบทวนเพื่อสำรวจความพึงพอใจการใช้งานระบบ ASW ของประเทศสมาชิก เพื่อเป็นแนวทางในการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ ในการพัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูลในระดับธุรกิจกับภาครัฐ และธุรกิจกับธุรกิจ ทั้งภายในและระหว่างประเทศ

การเกิดขึ้นของโครงการ Asean Single Window ส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ ซึ่งอาจต้องอาศัยการเชื่อมโยงกับระบบ NSW และระบบ NSW ที่ยังต้องมีการปรับปรุงในหลายประเด็น ส่งผลเชิงลบต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ ซึ่งอาจต้องอาศัยการเชื่อมโยงกับระบบ ASW

2.4 ทิศทางและการเตรียมความพร้อมของประเทศไทย เพื่อปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป

สหภาพยุโรป (European Union: EU) ได้ประกาศใช้กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป (General Data Protection Regulation: GDPR) อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2561 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับกฎหมายคุ้มครองความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และสนับสนุนนโยบายตลาดร่วมดิจิทัล (Digital Single Market: DSM) กฎหมายดังกล่าวไม่ใช่มตรการกีดกันทางการค้า แต่เป็นกฎหมายที่ส่งผลต่อประเทศทั่วโลก เพื่อรักษาสิทธิประโยชน์ของพลเมืองในกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป

กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรปเป็นกฎหมายที่คุ้มครองบุคคลของสหภาพยุโรปในรูปแบบสิทธิสภาพนอกอาณาเขต (extraterritorial) ซึ่งครอบคลุมทุกขอบเขตวัตถุ (material scope) ที่สัมผัสผลเมืองของสหภาพยุโรป ทั้งการขายสินค้าหรือการให้บริการแก่พลเมืองของสหภาพยุโรป เช่น กรณีที่พลเมืองของสหภาพยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเช่น นั่งเรือ ดำน้ำ อุปกรณ์ทุกชนิดที่สัมผัสกับพลเมืองของสหภาพยุโรป จะเข้าข่ายกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป รวมถึงการตรวจสอบหรือเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของพลเมืองสหภาพยุโรป กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรปจึงเป็นกฎหมายที่มีผลต่อทุกบริษัทที่ทำธุรกิจกับกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป แม้ว่าบริษัทนั้นจะไม่มีสำนักงานสาขาในสหภาพยุโรปหรือดำเนินกิจกรรมเกี่ยวข้องกับพลเมืองในกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปที่อยู่นอกอาณาเขตของสหภาพยุโรป อาทิ บริษัทที่เป็นคู่ค้า หากมีตรวจพบการละเมิดเกี่ยวกับข้อมูลหรือสิทธิของบุคคลของสหภาพยุโรป บริษัทดังกล่าวมีความเสี่ยงที่จะถูกปรับสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 4 ของรายรับรวมต่อปีทั้งหมดจากทั่วโลก ซึ่งเกณฑ์การสั่งปรับจะพิจารณาตามความร้ายแรง แล้วแต่กรณีของการละเมิดกฎหมาย ทั้งนี้ กรณีที่มีบริษัทสัญชาติไทยเข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป 27 ประเทศ จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวเช่นกัน หรืออาจมีสภาพบังคับตามกฎหมายภายใน (Data Protection Authority: DPA) ของแต่ละประเทศ

การเตรียมความพร้อมของภาครัฐและเอกชน ภาครัฐและเอกชนจึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรปอย่างละเอียด เพื่อวางแนวทางการดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายดังกล่าว เพราะ

กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรปจะกระทบต่อธุรกิจของไทยที่มีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของพลเมืองกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปทั้งหมด กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป ได้ให้ความสำคัญใน 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่เกี่ยวกับเอกสาร ร้อยละ 90 และประเด็นเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 10 กฎหมายมีทั้งหมด 11 ข้อบท 99 มาตรา มีข้อบทที่สำคัญส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น ข้อบทที่ 3 มี 12 มาตรา เกี่ยวกับสิทธิของบุคคลของสหภาพยุโรป (data subject) เช่น การสำเนาบัตรประชาชนของพลเมืองสหภาพยุโรป ต้องได้รับอนุญาต หรือการทำลายสำเนาบัตรประชาชนดังกล่าว ห้ามทำลายด้วยวิธีการที่ทำให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลได้ เป็นต้น ข้อบท 4 มี 20 มาตรา ที่เกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ควบคุมข้อมูล (controller) และผู้ประมวลผลข้อมูล (processor) เป็นต้น

นอกจากนี้ ด้านภาคเอกชน บริษัทที่ทำธุรกิจกับบริษัทในกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปควรเร่งศึกษา วิเคราะห์ ประเมินช่องว่าง และความเสี่ยง รวมถึงจัดสรรงบประมาณ สำหรับการปรับปรุงทั้งเอกสารและระบบสารสนเทศ เพื่อจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบที่บริษัทอาจได้รับจากกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป หลีกเลี่ยงบทปรับที่รุนแรง ด้านหน่วยงานภาครัฐ กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรปมีข้อบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐด้วย เช่น การส่งผ่านข้อมูลของบุคคลของสหภาพยุโรปให้หน่วยงานภาครัฐอื่น การส่งผ่านข้อมูลบุคคลของสหภาพยุโรปให้หน่วยงานภาคเอกชน จึงเป็นข้อสังเกตให้หน่วยงานภาครัฐของไทยควรต้องเร่งดำเนินการให้สอดคล้องกับข้อบัญญัติของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป เพื่อให้ไม่ส่งผลกระทบต่อภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกัน

การประกาศใช้กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป และผลกระทบของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป ส่งผลเชิงลบต่อการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งภายในประเทศ และข้ามพรมแดน การเตรียมความพร้อมของภาครัฐและเอกชน

2.5 แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก

เนื่องจากแนวโน้มในการทำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศแบบธุรกิจกับธุรกิจมีอุปสรรคมากกว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศแบบธุรกิจกับผู้บริโภค ซึ่งความท้าทายสำคัญคือ กฎระเบียบข้อบังคับและขั้นตอนที่ยุ่ยากซับซ้อน เช่น ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ เงื่อนไขการชำระเงิน ขั้นตอนการขนส่งสินค้า เป็นต้น สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการเติบโตอย่างรวดเร็วของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเล็งเห็นว่า ประเทศไทยยังไม่มีแพลตฟอร์มกลางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ ที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการอย่างเต็มรูปแบบ สรท.จึงสนับสนุนให้สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม ในการกำหนดมาตรฐานทางการค้าให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลของศูนย์สหประชาชาติเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้าและธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์หรือ UN/CEFACT เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างประเทศแบบอิเล็กทรอนิกส์ และเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างภาครัฐกับภาครัฐ ภาคธุรกิจกับธุรกิจ และธุรกิจกับธุรกิจได้ โดยมีหัวใจสำคัญของการปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลคือ 1) การปรับกระบวนการให้ง่ายขึ้น (simplification) 2) การลดขั้นตอนทางเอกสารให้เป็นแบบฟอร์มเดียวกัน (harmonization) และ 3) การกำหนดรหัสสินค้า และมาตรฐานต่างๆ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล (standardization) ผู้ประกอบการไทยทั้งที่มีประสบการณ์ และไม่มีประสบการณ์ในการขายสินค้าออนไลน์ ต่างก็ให้ความสนใจในแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก ทั้งในแบบธุรกิจกับธุรกิจ และแบบธุรกิจกับผู้บริโภค

การค้าของประเทศสิงคโปร์ ปี พ.ศ. 2532 ประเทศสิงคโปร์ โดยกรมศุลกากรประเทศสิงคโปร์ ได้ริเริ่มการพัฒนา ระบบ NSW ชื่อ TradeNet ซึ่งรองรับการพาณิชย์แบบธุรกิจกับภาครัฐ และการพาณิชย์แบบภาครัฐกับภาครัฐ และได้มีการปรับปรุงลดขั้นตอนการนำส่งเอกสารการขนส่งสินค้า ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลของสหประชาชาติ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ขายในการขนส่งสินค้า และในปี พ.ศ. 2550 ได้เกิดโครงการ TradeXchange ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่เป็นกลาง และมีความมั่นคง เพื่อช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจกับธุรกิจสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ ภายในห่วงโซ่อุปทานและชุมชนโลจิสติกส์ และปัจจุบัน กรมศุลกากรประเทศสิงคโปร์กำลังดำเนินการย้ายบริการที่มี

อยู่บนระบบ TradeXchange และ TradeNet ไปยังแพลตฟอร์มการค้าของประเทศสิงคโปร์ (National Trade Platform: NTP) ซึ่งเป็นระบบนิเวศน์ด้านสารสนเทศเพื่อการค้าแบบครบวงจร ที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน รองรับบริการบันทึกข้อมูลการขนส่งสินค้าเพียงครั้งเดียว แต่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้กับทุกหน่วยงานของสิงคโปร์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ผ่านการรับรองทางกฎหมาย และเป็นเกตเวย์ในการให้บริการ เชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสินค้า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการขนส่ง ธนาคาร และบริษัทประกันภัย ให้สามารถนำข้อมูลที่เข้าสู่ระบบแล้วกลับมาใช้ได้ เพื่อช่วยลดขั้นตอนด้านการนำส่งเอกสาร ซึ่งทำได้โดยระบบบริหารจัดการของแพลตฟอร์มทางการค้าของประเทศสิงคโปร์ที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลกันผ่านคลาวด์อีอาร์พี (cloud ERP) ทำให้ง่ายต่อการประมวลผลเอกสารที่ส่งต่อไปยังกระบวนการทางธุรกิจอื่น ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทำให้เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทันที ซึ่งคลาวด์อีอาร์พีของประเทศสิงคโปร์ เกิดจากความร่วมมือของศุลกากรสิงคโปร์ที่เป็นแหล่งเงินทุนหลัก จากความสำเร็จของการพัฒนาแพลตฟอร์มทางการค้าของประเทศสิงคโปร์ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ธนาคารกลางของสิงคโปร์และฮ่องกง ได้ร่วมมือกันสร้างเครือข่ายเชื่อมต่อเพื่อการซื้อขายทั่วโลก ภายใต้ชื่อ GTCN : Global Trade Connectivity Network โดยมีเป้าหมายเพื่อแลกเปลี่ยนซื้อขายโดยใช้เทคโนโลยี Distributed Ledger Technology DLT ซึ่งธนาคารกลางของสิงคโปร์และฮ่องกงมีความเชื่อว่าโครงการดังกล่าวจะกลายมาเป็นมาตรฐานใหม่ระดับโลกสำหรับอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยคาดว่าจะมีการเปิดให้บริการในเดือน มีนาคม 2562

กลุ่มธุรกิจอาลีบาบา กลุ่มธุรกิจอาลีบาบา (Alibaba Group Holding Co.,Ltd.) เป็นตัวอย่างหนึ่งของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการสร้างแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก เนื่องจากสามารถขยายการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปสู่ภูมิภาคเอเชีย และระดับโลกได้สำเร็จ กลุ่มธุรกิจอาลีบาบาได้ดำเนินธุรกิจด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เริ่มต้นจากประเทศจีน โดยมีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รับความนิยมหลัก ได้แก่ 1) อาลีบาบาโดทคอม (Alibaba.com) แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ รองรับการขายส่ง 2) ทีมอลล์โดทคอม (Tmall.com) แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค รองรับการค้าปลีก และ 3) เทาเป่าโดทคอม (Taobao.com) แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค โดยรูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของอาลีบาบาโดทคอมเน้นการค้าระหว่างประเทศระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ สนับสนุนการติดต่อเชื่อมโยงระหว่างผู้ซื้อซึ่งเป็นบริษัทของประเทศจีน กับผู้ขายซึ่งเป็นบริษัทในต่างประเทศ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ด้านการใช้บริการ ระบบรองรับการเลือกภาษาได้มากกว่า 10 ภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาสเปน ภาษาเยอรมัน ภาษาฝรั่งเศส เป็นต้น ด้านการชำระเงิน ผู้ซื้อสามารถเลือกการชำระเงินผ่านวิธีการชำระเงินต่างๆ ได้ เช่น ชำระเงินออนไลน์ผ่านวีซ่า มาสเตอร์การ์ด หรืออีเช็คกิ้ง (e-Checking) ชำระเงินออฟไลน์ผ่านการโอนผ่านธนาคาร (Bank Transfer: T/T) และผู้ซื้อสามารถทำการรับประกันการสั่งซื้อและการชำระเงิน (trade assurance) ที่เชื่อมโยงกับธนาคารซีดีแบงก์ หรือธนาคารที่ร่วมรายการกับอาลีบาบาโดทคอมได้ ทั้งนี้ระยะเวลาการดำเนินการจะขึ้นอยู่กับสัญญาการชำระเงินที่ได้ตกลงกับธนาคารแล้วแต่กรณี หรือการชำระเงินภายหลัง (Pay Later) สำหรับผู้ซื้อจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่ผ่านการคัดกรองของอาลีบาบาโดทคอม โดยอาลีบาบาได้ร่วมกับบริษัทเงินทุนไทราย้อยู๋ยืมอย่างแคบเบจ (Kabbage) ในการทำรายการร่วมกัน ด้านการขนส่งสินค้า บริษัทมีทางเลือกให้ระหว่างการขนส่งแบบน้อยกว่าหนึ่งตู้คอนเทนเนอร์ (Less than Container Load: LCL) และ มากกว่าหรือเท่ากับหนึ่งตู้คอนเทนเนอร์ (Full Container Load: FCL) โดยจะทำการขนส่งสินค้าผ่านระบบอาลีบาบาโลจิสติกส์ หรือผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่เข้าร่วมกับอาลีบาบาโดทคอม

การศึกษาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเทศสิงคโปร์และกลุ่มธุรกิจอาลีบาบา เพื่อเป็นแนวทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจของไทย

3. กรอบยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาของประเทศ กรอบแนวคิด และวิธีการดำเนินการศึกษา

3.1 กรอบยุทธศาสตร์ และแผนพัฒนาของประเทศ

กรอบยุทธศาสตร์ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี “ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี” เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศในระยะยาว (พ.ศ. 2560 – 2579) เกี่ยวกับการปฏิรูปประเทศไทย ให้สามารถดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาไปสู่เป้าหมายอนาคตของประเทศที่พึงประสงค์ได้ ในระยะยาว เป็นการขับเคลื่อนประเทศไปสู่เป้าหมายที่เป็นที่ยอมรับร่วมกัน และเป็นเอกภาพ ตามกรอบยุทธศาสตร์หลัก 6 ข้อ ประกอบด้วย 1) ความมั่นคง 2) การสร้างความสามารถในการแข่งขัน 3) การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน 4) การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม 5) การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 6) การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ รวมถึงมีการจัดลำดับความสำคัญสำหรับปัญหาพื้นฐานสำคัญของประเทศที่จะต้องแก้ไข ปรับปรุง หรือปฏิรูปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวาระสำคัญที่ต้องยกระดับการพัฒนาประเทศคือ นวัตกรรม และดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตลอดจนพัฒนาระบบเศรษฐกิจไทยให้สามารถขับเคลื่อนอย่างสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และความท้าทายต่างๆ ของบริบทประเทศ และโลก เพื่อพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัลที่เข้มแข็งมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

การให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และดิจิทัล ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่สั่งสมมาอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการสร้างความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์พื้นฐานแขนงใหม่ เช่น วิทยาศาสตร์พุทธิปัญญา (cognitive science) ซึ่งเป็นการทำงานระหว่างสมองและจิตใจ ความสัมพันธ์ระหว่างความคิด อารมณ์ และการกระทำ เป็นต้น ความสำคัญของการสร้างเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่จะส่งผลให้เกิดการพลิกโฉมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงชีวิตของมนุษย์แบบก้าวกระโดด โดยมีแนวโน้มว่าเทคโนโลยีพื้นฐาน 4 ด้าน ได้แก่ เทคโนโลยีชีวภาพ นาโนเทคโนโลยี เทคโนโลยีวัสดุศาสตร์ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และดิจิทัล จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ 12 ด้าน ได้แก่ 1) อินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ 2) โปรแกรมอัจฉริยะที่สามารถคิดและทำงานแทนมนุษย์ 3) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งหรือไอโอที (Internet of Things: IoT) 4) เทคโนโลยีคลาวด์ (cloud technology) 5) เทคโนโลยีหุ่นยนต์ขั้นสูง (advanced robotics) 6) ยานพาหนะไร้คนขับ (autonomous and near-autonomous vehicles) 7) เทคโนโลยีพันธุกรรมสมัยใหม่ (next-generation genomics) 8) เทคโนโลยีการเก็บพลังงาน (energy storage) 9) เทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติ (3D Printing) 10) เทคโนโลยีวัสดุขั้นสูง 11) เทคโนโลยีการขุดเจาะน้ำมันและก๊าซขั้นสูง และ 12) เทคโนโลยีพลังงานทดแทน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 กับการขับเคลื่อนประเทศด้วยนวัตกรรม และความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยยึดหลักการ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 นี้ มีการกำหนดทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศสู่การเป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศ โดยมุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์และการพัฒนาเชิงนวัตกรรม ตลอดจนการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์ เพื่อเชื่อมโยงและต่อยอดนวัตกรรมให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจในเชิงพาณิชย์ต่อไป

นอกจากนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยังมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ในยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล โดยมุ่งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับธุรกิจ และการสร้างความมั่นคงไซเบอร์ และยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ด้านการพัฒนาให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ประกอบการทางเทคโนโลยี ผ่านการส่งเสริมการสร้างสรรคนวัตกรรมด้านการออกแบบ และการจัดการธุรกิจ โดยกำหนดเป็นกรอบกว้างๆ เพื่อให้แต่ละหน่วยงานนำไปผลักดันแผนงาน และโครงการของตนเองต่อไป

แผนพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็วที่ได้กล่าวมาแล้ว เนื่องจากครอบคลุมการค้าได้ทั่วโลก สะดวก และลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง คณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ (คสช.) เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2560 โดย พล.อ. ประจิน จั่นตอง (รองนายกรัฐมนตรีและหัวหน้าฝ่ายเศรษฐกิจ คสช.) จึงได้มอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์ เป็นเจ้าภาพพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่มีภารกิจด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ พร้อมทั้งจัดทำแผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ให้เสร็จสมบูรณ์ เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2560 กระทรวงพาณิชย์ ได้มีคำสั่งแต่งตั้งกระทรวงพาณิชย์ที่ 425/2560 เพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธาน มีอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นกรรมการและฝ่ายเลขานุการ และมีสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทยเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และคณะอนุกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร่วมสนับสนุนแผนยุทธศาสตร์ 4 ยุทธศาสตร์ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศมีประสิทธิภาพ เกิดการบูรณาการให้ครอบคลุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และให้หน่วยงานดังกล่าวมีเป้าหมายเดียวกัน สามารถพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจยุค 4.0 ได้

คณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้จัดทำแผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564) ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 4 ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ 12 กลยุทธ์ โดยมีเป้าหมายของแผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ระยะที่ 1 คือ การเพิ่มมูลค่าของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นเท่าตัว จาก 2.5 ล้านล้านบาท เป็น 5 ล้านล้านบาท ภายใน 5 ปี โดยมีการเตรียมการ ผลักดันผู้ประกอบการไทยทำการค้ากับต่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก รวมถึงมีแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ให้เข้าค้าขายในแพลตฟอร์มของไทย thaitrade.com เพิ่มมากขึ้น จากปัจจุบันที่มีจำนวนสมาชิกผู้ขายกว่า 22,754 ราย เป็นนิติบุคคลที่มีความพร้อมในการส่งออกสินค้า และมีจำนวนสมาชิกผู้ซื้อจากทั่วโลกถึง 159,614 ราย มีสินค้าและบริการแบ่งออกเป็น 52 หมวดหมู่สินค้า จำนวนกว่า 255,849 รายการ มีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ 5,734,840 คน และสร้างมูลค่าการค้าได้แล้วถึง 4,556 ล้านบาท (สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2560)

แผนพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ระยะที่ 1 ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ 1) เสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นหน่วยงานเจ้าภาพ 2) เสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และอำนวยความสะดวกทางการค้าสู่สากล โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เป็นหน่วยงานเจ้าภาพ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นเลขานุการร่วม 3) เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพปัจจัยสนับสนุน โดยสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นหน่วยงานเจ้าภาพ และ 4) สร้างความไว้วางใจให้ผู้ซื้อและผู้ขาย โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานเจ้าภาพ (สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2560)

กรอบยุทธศาสตร์ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และดิจิทัล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่สนับสนุนการขับเคลื่อนประเทศด้วยนวัตกรรม และแผนพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

3.2 กรอบแนวคิด eTrade for all online platform

กรอบแนวคิด eTrade for all online platform การประชุม UNCTAD E-Commerce Week 2017 ระหว่างวันที่ 24-27 เมษายน พ.ศ. 2560 ณ นครเจนีวา สมาพันธรัฐสวิส ที่ประชุมได้เน้นย้ำถึงการขยายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก่ประชาชน วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม และรายย่อย (Micro-, Small- and Medium- Enterprises: MSMEs) อย่างทั่วถึง รวมถึงประเด็นความมั่นคงไซเบอร์ และการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำธุรกรรมทางการเงิน ดังนั้น UNCTAD จึงได้ประกาศแนวคิด eTrade

for all online platform ซึ่งเป็นความร่วมมือกันของ UNCTAD กับหลายภาคส่วน พร้อมทั้งนำเสนอเว็บไซต์ www.eTradeforall.org เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลโครงการพัฒนาศักยภาพ ความร่วมมือ ข้อมูลสถิติทางการใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ 150 ประเทศทั่วโลก โดยมีกรณีศึกษาและโครงการที่เป็นประโยชน์แก่ประเทศกำลังพัฒนาใน 7 หัวข้อ ได้แก่ 1) การประเมินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce assessments) 2) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT infrastructure) 3) ระบบการชำระเงิน (payment system) 4) โลจิสติกส์การค้าระหว่างประเทศ (trade logistics) 5) กรอบกฎหมายและข้อบังคับ (legal and regulatory framework) 6) การพัฒนาทักษะบุคลากร (skill development) และ 7) การจัดหาเงินทุนสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (financing for e-commerce) (UNCTAD 14 of the eTrade for all., 2017) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. **การประเมินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** ประการแรกของการพัฒนาอีคอมเมิร์ซคือ การประเมินความพร้อมภายในประเทศ เพื่อระบุโอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในประเทศเปรียบเทียบกับมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานของศูนย์สหประชาชาติเพื่อการอำนวยความสะดวกด้านการค้าและธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (UN/CEFACT) เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาที่เหมาะสมของประเทศในอนาคต
2. **โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร** ประการที่สองเป็นการพัฒนาและยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารภายในประเทศที่จำเป็นสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในหัวข้อนี้พบว่า ประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากต้องการการสนับสนุนและการลงทุนในเครือข่ายที่มีต้นทุนการใช้บริการต่ำ ทั้งในส่วนของเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (high-speed broadband) และการยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนกฎระเบียบให้ทันสมัย และสอดคล้องกับรูปแบบธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปจากการค้าในรูปแบบเดิม
3. **ระบบการชำระเงิน** ประการที่สามคือ การสร้างระบบการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว และสร้างความไว้วางใจต่อการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์แก่ผู้ใช้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การทำธุรกรรมผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมบูรณ์แบบ โดยการดำเนินงานต้องดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาคการธนาคารและสถาบันการเงินรูปแบบอื่น เพื่อให้ระบบการชำระเงินมีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย ทั้งในส่วนของ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภคและธุรกิจกับธุรกิจ
4. **โลจิสติกส์การค้าระหว่างประเทศ** ประการที่สี่คือ การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายสินค้าที่มีขนาดและปริมาณเล็ก (small shipment) การปรับปรุงระบบการขออนุญาตนำเข้า-ส่งออก และการผ่านพิธีการศุลกากรให้มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูง โดยอาจปฏิบัติตามข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงระบบ NSW ในแต่ละประเทศ เพื่อให้ระบบ NSW สามารถใช้งานได้จริง สามารถเชื่อมต่อกับประเทศต่างๆ ได้ รวมถึงการกำหนดเพดานขั้นต่ำของมูลค่าสินค้าที่อาจไม่เข้าข่ายต้องเสียอากรนำเข้าส่งออก (de minimis) เป็นต้น
5. **กรอบกฎหมายและข้อบังคับ** ประการที่ห้าเป็นการปรับปรุงด้านกฎหมาย กฎระเบียบ เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับทั้งผู้ขายและผู้ซื้อในการค้าผ่านระบบออนไลน์ ที่ทั้งสองฝ่ายไม่มีโอกาสพบปะพูดคุยกันเหมือนในอดีต โดยเฉพาะธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งทั้งผู้ขายและผู้ซื้ออยู่กันคนละประเทศ และมีกฎหมายที่บังคับใช้แตกต่างกัน ทำให้แต่ละประเทศต้องเพิ่มความพยายามในการกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อสร้างความไว้วางใจในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนข้อมูลทางการค้าของทั้งสองฝ่าย รวมถึงการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมไซเบอร์ (cybercrime) ที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น
6. **การพัฒนาทักษะ** ประการที่หกคือ การพัฒนาความสามารถให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงผู้ประกอบการและผู้บริโภค ให้มีทักษะ ความรู้ และความเข้าใจในรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศในลักษณะสร้างการเติบโตแบบทั่วถึง (inclusive growth) โดยเฉพาะการสร้างผู้ประกอบการใหม่ในพื้นที่ห่างไกล

7. **การจัดการเงินทุนสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** ประการสุดท้ายคือ การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกทางการเงินให้กับการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนานวัตกรรมทางการค้า การส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ภายในประเทศ และการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน โดยให้การสนับสนุนตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่า (value chain) ซึ่งครอบคลุมการจัดการแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการในทุกระดับ และพัฒนาความหลากหลายของรูปแบบของการระดมทุนแก่ผู้ประกอบการ

กรอบแนวคิด eTrade for all online platform ซึ่งให้เห็นว่า การพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนนั้น มีความแตกต่างจากแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายในประเทศทั่วไป โดยเฉพาะในเรื่องของอาการและพิธีการทางศุลกากร ซึ่งถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับการค้าในระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ต้องการความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า และถือเป็นความท้าทายสำหรับทุกประเทศ ในการพัฒนานโยบายที่จะทำให้การพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจเกิดขึ้นได้จริง

กรอบแนวคิด eTrade for all online platform เป็นแนวคิดที่มุ่งปัจจัยสำคัญรอบด้าน ส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ หากได้มีการนำแนวคิดไปประยุกต์

3.3 วิธีการดำเนินการศึกษา

นอกเหนือจากการศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ ตัวอย่างแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก กรอบยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาของประเทศ และกรอบแนวคิด eTrade for all online platform แล้ว เพื่อให้การพัฒนาข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจมีความสมบูรณ์ สรท. จึงได้มีการศึกษาเพิ่มเติมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การศึกษาเชิงนโยบาย และการศึกษาเชิงวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1. **การศึกษาเชิงนโยบาย** เป็นการพิจารณาแนวทางการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามกรอบแนวคิด eTrade for all online platform ประกอบไปด้วย 1) การประเมินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce assessments) 2) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT infrastructure) 3) ระบบการชำระเงิน (payment system) 4) โลจิสติกส์การค้าระหว่างประเทศ (trade logistics) 5) กรอบกฎหมายและข้อบังคับ (legal and regulatory framework) 6) การพัฒนาทักษะ (skill development) และ 7) การจัดหาเงินทุนสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (financing for e-commerce) และได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงนโยบายออกเป็น 2 ส่วนคือ

- **การประชุมเชิงปฏิบัติการ** สรท. ภายในคณะกรรมการ Digital Economy อันประกอบด้วย กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จากภาคเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมศุลกากร สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (จำกัดมหาชน) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ได้มีการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรวบรวมข้อคิดเห็น ปัญหา และอุปสรรค การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ
- **การสัมภาษณ์เชิงนโยบาย** จากการสัมภาษณ์เชิงนโยบายจากผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยมีประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง 4 ประการสำคัญ ดังนี้ 1. การใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มในมุมมองของผู้ประกอบการ 2. ทิศทางระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเพย์เมนต์ (e-payment) ในประเทศไทย โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย 3. แนวทางการเชื่อมโยงแพลตฟอร์มเข้ากับ NSW ในมุมมองของกรมศุลกากร 4. แนวทางการพัฒนาระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์หรืออีโลจิสติกส์ (e-logistics) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์

สรท. ได้มีการตั้งประเด็นคำถามตามกรอบแนวคิด eTrade for all online platform เพื่อนำข้อคิดเห็น ปัญหา และอุปสรรค ที่ได้จากคณะกรรมการ Digital Economy และจากการสัมภาษณ์เชิงนโยบายกับผู้ประกอบการรายใหญ่ มาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะในลำดับต่อไป

2. การศึกษาเชิงวิจัยเบื้องต้น เป็นการรวบรวมความคิดเห็นของผู้ประกอบการทุกระดับ (S/M/L) ให้เห็นภาพของปัญหา อุปสรรค รวมถึงขีดความสามารถในการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ให้ความร่วมมือกับ สรท. ในเวียนแบบสอบถาม และให้รายชื่อผู้ประกอบการขนาดย่อย และผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ โดยทาง สรท. ได้แบ่งการวิเคราะห์ศึกษาออกเป็น 2 ส่วน

- **การศึกษาเชิงคุณภาพ** ด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งสิ้น 3 บริษัท ที่ประสบความสำเร็จในการใช้แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจในการติดต่อกับผู้ซื้อชาวต่างประเทศ

- **การศึกษาเชิงปริมาณ** ด้วยการใช้แบบสอบถามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับทิศทาง และแนวโน้มของการขายสินค้าผ่านรูปแบบออนไลน์ โดยใช้โปรแกรม Google form ในการสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งสิ้น 27 บริษัท เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประยุกต์เป็นข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

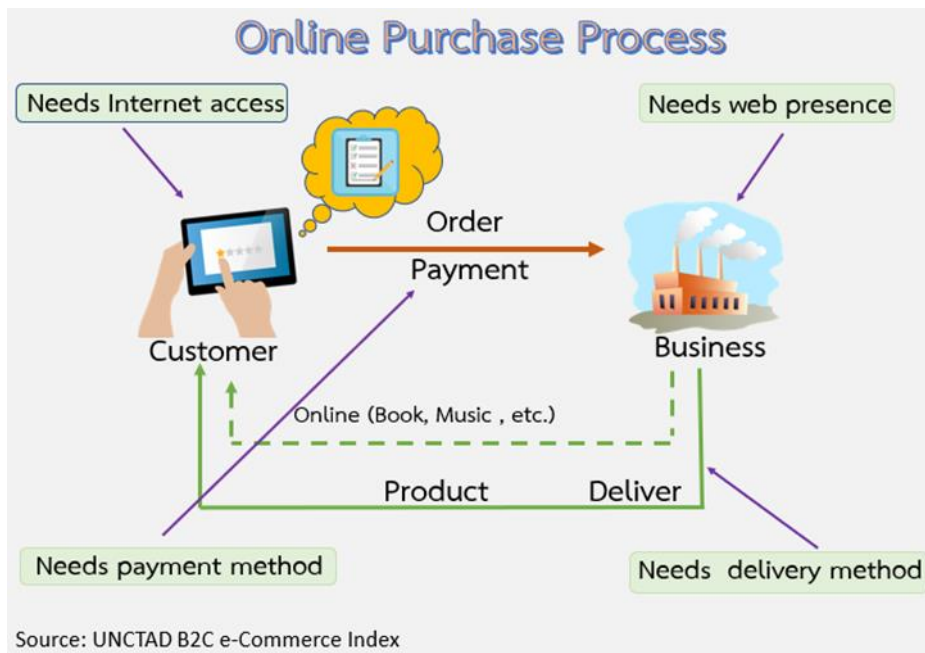
สอดคล้องกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ก่อให้เกิดข้อเสนอแนะในมุมมองว่า สรท. จึงได้มีการตั้งประเด็นคำถามเพื่อการศึกษาเชิงวิจัย แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ที่สามารถเข้าร่วมพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

4. ความท้าทายที่สำคัญต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ ผลการศึกษาเชิงนโยบายและเชิงวิจัยในเบื้องต้น

4.1 ความท้าทายที่สำคัญต่อการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

การศึกษาเอกสาร และการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการของคณะกรรมการ Digital Economy สรท. พบประเด็นความท้าทายที่สำคัญต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

1. **ความท้าทายด้านการชำระเงิน** ความสะดวก รวดเร็ว และระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ไว้วางใจได้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการซื้อขายออนไลน์ การศึกษา “UNCTAD Business to Customer e-Commerce Index 2017” ระบุว่า กระบวนการของการซื้อขายสินค้าออนไลน์ในแบบธุรกิจกับผู้บริโภค ตามรูปแบบที่เป็นสากล เป็นดังนี้



ภาพประกอบที่ 6: กระบวนการซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค

ที่มา: (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย , 2018)

ขั้นตอนการชำระเงินเมื่อผู้ซื้อสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ดังแสดงในภาพประกอบที่ 6 เริ่มจากผู้ซื้อสั่งซื้อสินค้าโดยใช้บัญชีผู้ใช้ผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อสั่งซื้อสินค้าในเว็บไซต์ โดยขั้นตอนการสั่งซื้อ เครื่องบริการ (secure servers) จะต้องมีกระบวนการรักษาความปลอดภัย หรือโพรโทคอลเพื่อรักษาความมั่นคง (security protocols) ตามมาตรฐานสากล และมีการนำเทคโนโลยีการเข้ารหัสลับ (encryption technology) มาใช้เพื่อสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขาย หลังจากตรวจสอบสถานะบุคคลและความปลอดภัยแล้ว ในขั้นตอนการชำระเงิน ซึ่งเป็นการชำระเงินผ่านทางช่องทางต่างๆ เช่น บัตรเครดิต กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) การชำระเงินผ่านระบบเคลื่อนที่ (mobile payment) การโอนเงินผ่านธนาคาร (bank transfer) การเก็บเงินปลายทาง (cash on delivery) ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สำหรับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจนั้น จะเป็นได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละประเทศตามที่ได้ตกลงกันไว้ ข้อมูลจาก World pay (2016) พบว่า ปัจจุบัน ผู้ซื้อส่วนมาก นิยมการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต แต่ในอนาคตอันใกล้ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนนั้น การชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ PayPal อาจจะมาแทนที่การใช้บัตรเครดิต รวมถึงการชำระเงินในรูปแบบของบัญชีเคลื่อนที่ (mobile money account) มากขึ้น (UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2017, 2017)

นอกจากนี้ ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560 เกี่ยวกับการทำรายการเปลี่ยนแปลงหรือธุรกรรมที่ไม่ใช้เงินสด (cashless transaction) พบว่า มีคนไทยเพียงร้อยละ 17 ที่ใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National E-Payment Master Plan) ที่เน้นส่งเสริมให้มีการใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่างๆ เช่น Promptpay) กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ เป็นต้น นอกจากนี้รูปแบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่รัฐบาลได้ส่งเสริมแล้ว ธนาคารแห่งประเทศไทยยังอยู่ระหว่างการทดลองการนำเอาเทคโนโลยีบล็อกเชน (blockchain) มาใช้ ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการทดลอง (sandbox) เพื่อให้การทำธุรกรรมมีความปลอดภัย และเพิ่มความเชื่อถือได้ในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต และทำให้ผู้ซื้อผู้ขาย หรือการโอนเงินระหว่างกัน ผู้ที่เกี่ยวข้องจะสามารถทำรายการเปลี่ยนแปลงได้ระหว่างกันโดยตรงหรือเพียร์ทูเพียร์ (peer-to-peer) โดยไม่ต้องพึ่งพาคนกลางหรือหน่วยงานกลาง เช่น สถาบันทางการเงิน หรือธนาคารอีกต่อไป

นอกจากที่ได้กล่าวมาแล้ว การชำระเงินในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ ยังมีส่วนที่แตกต่างเพิ่มเติมจากการชำระเงินในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภคหลายประการ เช่น ต้องมีการทำสัญญาซื้อขายสินค้า ต้องมีการกำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อ (credit term) ต้องมีการกำหนดผู้มีอำนาจในการลงนาม และต้องกำหนดผู้มีอำนาจในการกระทำการแทนองค์กรภายใต้ความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน เป็นต้น ซึ่งปัจจัยต่างเหล่านี้ส่งผลให้การออกแบบแพลตฟอร์มฯ ต้องคำนึงถึงขั้นตอนที่มีความซับซ้อน และผู้ประกอบการต้องกำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้อง ไม่ขัดต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนต้องพัฒนาบุคลากรในองค์กร ให้เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างการค้าในรูปแบบเดิมกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

จากความท้าทายด้านการชำระเงินดังกล่าว ภาครัฐ อาทิ กระทรวงการคลัง ควรจะมีแนวทางส่งเสริมให้ผู้ให้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั้งธนาคาร และไม่ใช่อำนาจ (non-bank) เข้าร่วมการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ รวมถึงการมีการประกวดราคาค่าสั่งซื้อสินค้าที่สามารถเชื่อมโยงกับธนาคารได้ เพื่อให้ธนาคารสามารถประกวดราคา และเสนอเงื่อนไขที่หลากหลายให้แก่ผู้ขาย ทำให้ผู้ขายได้รับประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ ธนาคารผู้ให้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรส่งเสริมให้ภาคธุรกิจมีการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น สำหรับการชำระเงินผ่าน NSW และการชำระเงินแก่หน่วยงานภาครัฐทั้งหมด และผลักดันให้ธนาคารผู้ให้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เชื่อมโยงข้อมูลการชำระเงินภายในประเทศ (domestic payment) เพื่อให้ผู้ใช้บริการ เห็นข้อมูลการชำระเงินในส่วนกลางที่สามารถตรวจสอบได้ และนำไปสู่การเชื่อมโยงกับกลุ่มเครือข่ายการชำระเงินอาเซียน (Asian Payment Network: APN) ต่อไป ภาคเอกชน ควรร่วมมือกับภาครัฐ และธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อป้องกัน และแก้ไขปัญหาความมั่นคงไซเบอร์ และสนับสนุนให้ธุรกิจ มีการใช้การชำระเงินออนไลน์โดยไม่ใช้เงินสด แทนการชำระเงินแบบออฟไลน์

- 2. ความท้าทายด้านพิธีการศุลกากร** ความท้าทายด้านการพัฒนาระบบ National Single Window (NSW) ของกรมศุลกากรของไทยให้สามารถใช้งานได้สมบูรณ์ เช่น การขออนุญาตส่งออก นำเข้า และการผ่านพิธีการศุลกากรได้รวดเร็ว เป็นต้น และสามารถเชื่อมโยงเข้ากับระบบ ASEAN Single Window (ASW) ของประชาคมอาเซียนตามหลักการมาตรฐานสากลได้ โดยการดำเนินการของศุลกากรที่มีประสิทธิภาพสูงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ด้านเวทีระดับโลก มีการพิจารณาประเด็นท้าทายที่สำคัญประกอบด้วย ความมั่นคงทางการค้า (trade security) และมูลค่าสินค้าขั้นต่ำที่ไม่ต้องเสียอากรนำเข้าส่งออก แต่ยังคงมีความเห็นที่สวนทางกันระหว่างผู้ประกอบการภาคเอกชนและหน่วยงานกำกับดูแลภาครัฐ จึงทำให้ยังหาข้อสรุปร่วมกันไม่ได้ (UN/CEFACT, 2017)

การพัฒนาแบบ ASW ยังไม่สามารถเชื่อมโยงได้สมบูรณ์ทั้ง 10 ประเทศ เพราะยังคงติดปัญหาการใช้มาตรฐานการเชื่อมโยงภายในของแต่ละประเทศที่ไม่ตรงกัน ทั้งนี้ อาเซียนจึงควรมีการตั้งมาตรฐานกลางของ ASW ขึ้นมา และให้ประเทศที่พัฒนาเชื่อมโยงได้แล้วเสร็จ เข้ามาช่วยประเทศที่ไม่สามารถเชื่อมโยงกับระบบ

ได้ เพื่อให้ทั้ง 10 ประเทศ สามารถเชื่อมโยงได้แล้วเสร็จ นอกจากนี้ กรมศุลกากรของแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียนควรมีการสร้าง ความเข้าใจแก่ภาคเอกชนถึงประโยชน์ในการเชื่อมโยงข้อมูลด้านพิธีการศุลกากรเข้ากับระบบ ASW เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการอำนวยความสะดวกด้านการค้าและดึงดูดให้ภาคเอกชนเข้าร่วม เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถใช้งานระบบ NSW และ ASW ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น กรณีศึกษาของระบบ NSW ของประเทศจีนและฮ่องกงพบว่า ภายหลังจากที่หน่วยงานสามารถเชื่อมโยงข้อมูลกันได้แล้วนั้น ช่วยให้การทำงานมีความโปร่งใสมากขึ้น และสามารถปรับลดขั้นตอน รวมถึงระยะเวลาในการตรวจสอบเอกสารด้านพิธีการศุลกากร เช่น ใบตราส่งสินค้า (Bill of Lading: B/L) หรือบัญชีราคาสินค้า (invoice) เป็นต้น

นอกจากนี้ *ด้านองค์การศุลกากรโลก และชาติสมาชิก* ได้มีมติรับรอง Luxor Resolution on Cross-Border E-Commerce โดยมีคำแนะนำเกี่ยวกับประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ 8 ประการ ได้แก่ 1) การแลกเปลี่ยนข้อมูลล่วงหน้าทางอิเล็กทรอนิกส์ และการประเมินความเสี่ยง (advance electronic data and risk management) 2) การอำนวยความสะดวก และการลดความยุ่งยาก (facilitation and simplification) 3) ความปลอดภัย และความมั่นคง (safety and security) 4) การจัดเก็บภาษี (revenue collection) 5) การวัด และการวิเคราะห์ (measurement and analysis) 6) ความร่วมมือกัน (partnership) 7) การรับรู้ของสาธารณชน การบริการสู่ภายนอก และการเสริมสร้างความสามารถ (public awareness, outreach and capacity building) 8) การปรับปรุงกฎหมาย (legislative frameworks) ประเทศไทยควรพิจารณาประเด็นเหล่านี้ ติดตาม และดำเนินการร่วมกับชาติสมาชิกอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถพัฒนาต่อยอดแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจได้อย่างสมบูรณ์ (WTO MC11 , 2017)

รวมถึงนโยบายเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยของการส่งสินค้าทางอากาศ (Air Cargo Security) ของหน่วยงาน International Civil Aviation Organization หรือ ICAO ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ในเดือนกรกฎาคม ปี ค.ศ. 2020 โดยจะกำหนดให้ผู้ส่งสินค้าและผู้ขนส่ง ต้องจดทะเบียนกับหน่วยงานกำกับดูแลในแต่ละประเทศภายใต้ชื่อ Known Consignor หรือ KC และ Regulated Agents หรือ RA และทำอากาศยานแต่ละแห่งต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ และระบบการตรวจสินค้าด้วยรังสีเอกซ์ (x-ray scanning) โดยสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย มีข้อเสนอแนะในประเด็นนี้ว่า หลายประเทศรวมถึงประเทศไทย ยังไม่ได้มีการพัฒนาแผนสำหรับผู้ส่งสินค้า (known consignor scheme) ในประเทศตนเอง เพื่อให้ธุรกิจใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยที่ดีที่สุดตามแบบสากล เพื่อป้องกันการกระทำผิดกฎหมายจากการขนส่งสินค้าทางอากาศ กรมศุลกากรจึงควรดำเนินโครงการผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาต (Authorized Economic Operator: AEO) ตามแนวทางขององค์การศุลกากรโลก (World Customs Organization: WCO) พร้อมทั้งเปรียบเทียบมาตรฐานความปลอดภัยของการขนส่งสินค้าทางอากาศ KC และ RA ของไทย กับประเทศที่มีการดำเนินธุรกิจด้านการขนส่งสินค้าทางอากาศในระดับที่ใกล้เคียงกัน เพื่อให้การส่งสินค้าทางอากาศสามารถดำเนินการได้ตามกำหนดเวลาของ ICAO ซึ่งการศึกษากรมศุลกากรของหลายประเทศโดยสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย พบว่า แผนสำหรับผู้ส่งสินค้า และโครงการผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตของแต่ละประเทศ มีความสอดคล้องกันมากกว่าร้อยละ 80 ซึ่งถือเป็นการรับรองมาตรฐานที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับการรับรองตัวตนของผู้ประกอบการ ภายใต้มาตรการด้านความปลอดภัยที่มีอยู่แล้วก่อนหน้านี้ (WTO MC11 , 2017)

จากความท้าทายด้านพิธีการศุลกากรดังกล่าว *ภาครัฐ* ได้แก่ *กรมศุลกากร* ควรเร่งดำเนินการพัฒนาระบบ NSW เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลการขนส่งสินค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ โดยส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาเชื่อมต่อกับระบบ NSW ในระดับภาครัฐกับภาครัฐ ภาครัฐกับธุรกิจ และธุรกิจกับธุรกิจ ตามลำดับ เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถใช้งานระบบ NSW ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และพัฒนาระบบ NSW ไปสู่ ASW เพื่อเชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน เพื่อให้การเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่ออำนวยความสะดวก

สะดวกในเรื่องของการขออนุญาตส่งออก นำเข้า และการผ่านพิธีการศุลกากรได้รวดเร็ว ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ รวมถึงหารือกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการกำหนดมูลค่าสินค้าที่อาจไม่เข้าข่ายต้องเสียอากรนำเข้าส่งออก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านโลจิสติกส์ทางอากาศ เช่น กรมการบินพลเรือน รวมถึงผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทางอากาศ ควรเตรียมความพร้อมในการจัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลให้สอดคล้องกับข้อกำหนด Known Consignor หรือ KC และ Regulated Agents หรือ RA เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของ ICAO ในเรื่องการขึ้นทะเบียนผู้ส่งสินค้าและผู้ขนส่ง ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยของการส่งสินค้าทางอากาศที่กำลังจะมีผลบังคับใช้ในเดือนกรกฎาคม ปี ค.ศ. 2020 และท่าอากาศยานแต่ละแห่ง ต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ และระบบการตรวจสินค้าด้วยรังสีเอกซ์ให้พร้อม กรมศุลกากรและกระทรวงพาณิชย์ควรพิจารณา ติดตามแนวทางและรายละเอียดเชิงลึก ของข้อกำหนดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจขององค์การศุลกากรโลกและชาติสมาชิก โดยเฉพาะในส่วนของมติรับรอง Luxor Resolution on Cross-Border E-Commerce เกี่ยวกับประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ 8 ประการ เพื่อให้สามารถพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจได้อย่างสมบูรณ์ ภาคเอกชนควรเตรียมแผนพัฒนารองรับและสอดคล้องกับข้อกำหนดในประเทศและหลักการสากล เช่น Known consignor, Authorized Economic Operator: AEO รวมถึงศึกษาหลักการข้อมติของ Luxor Resolution on Cross-Border E-Commerce 8 ประการ ตามข้อกำหนดขององค์การศุลกากรโลก ได้กำหนดไว้เป็นมาตรฐานในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เป็นต้น

3. **ความท้าทายด้านระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ของไทย** การขยายตัวของ การขนส่งสินค้าทางอากาศ ก่อให้เกิดปัญหาความแออัดของท่าอากาศยานหลายแห่ง โดยเฉพาะท่าอากาศยานที่เป็นศูนย์กลางทางการบิน เช่น ท่าอากาศยานมิวนิค ซึ่งท่าอากาศยานดังกล่าว ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบสารสนเทศ สำหรับบริหารจัดการการขนส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้น ไม่ให้ลดความแออัดที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต แต่นอกจากการพัฒนาระบบสารสนเทศที่สนับสนุน ความท้าทายหลักที่พบคือ ความพร้อมของบุคลากรที่จะทำงานกับระบบที่พัฒนาขึ้นใหม่ เพื่อเพิ่มผลผลิตภาพหรือประสิทธิภาพตามที่ตั้งใจไว้ จึงต้องให้น้ำหนักกับการพัฒนาความสามารถของบุคลากร (Capacity Building) ให้มากขึ้นด้วย และให้ผู้ให้บริการทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ร่วมทำงานกับระบบ อย่างครบวงจร

ด้านการพัฒนาระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ของการขนส่งทางเรือ และผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายใหญ่ของโลก ได้ก้าวไปสู่การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ เพื่อป้องกันปัญหาด้านความมั่นคงไซเบอร์ ขณะที่ International Standard Organization หรือ ISO กำลังอยู่ระหว่างกาหนดมาตรฐานของเทคโนโลยีบล็อกเชน เพื่อให้การพัฒนาระบบสารสนเทศของภาคอุตสาหกรรมและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ สามารถเชื่อมต่อและทำงานร่วมกันได้ (interoperability) (UN/CEFACT, 2017)

นอกจากนี้ ด้าน International Maritime Organization หรือ IMO และ UN/CEFACT ได้ร่วมศึกษาแนวทางการพัฒนา Maritime Single Window หรือ MSW เพื่อรองรับธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าทางเรือระหว่างประเทศ ตั้งแต่การจองระวาง การปฏิบัติการสินค้าหน้าท่า การเชื่อมโยงกับพิธีการทางศุลกากร การเดินเรือ การจัดการด้านเอกสาร และการเชื่อมโยงเข้ากับระบบบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงในภาพประกอบที่ 7 แนวทางการพัฒนา MSW ดังกล่าว เป็นแนวทางที่สามารถเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เพราะสามารถเชื่อมต่อกับระบบ NSW ของทุกประเทศทั่วโลก ด้วยการพัฒนาอยู่บนพื้นฐานของ Core Component Library (CCL) ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน (UN/CEFACT, 2017) ดังกรณีศึกษา ระบบ PortNet ของประเทศโมร็อกโก ซึ่งได้พัฒนาระบบ MSW ให้เชื่อมโยงกับระบบที่จัดการด้านโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เช่น ระบบการจัดการการขนส่ง (Transport Management System: TMS) ระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System: WMS) เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของสินค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถเชื่อมโยงกระบวนการโลจิสติกส์ภายในบริษัท เข้ากับการจัดการภายนอกที่เกี่ยวข้องผ่านระบบ

MSW ทั้งในส่วนของการบริหารจัดการแบบวันต่อวัน เข้าสู่ระบบการขออนุญาต การผ่านพิธีการศุลกากร และระบบการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร NSW



ภาพประกอบที่ 7: แนวคิดของระบบการบริการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ (Maritime Single Window: MSW) ที่มา: (Port Community System (PCS), 2010)

ประเทศไทยสามารถนำวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (best practices) กรณีตัวอย่างระบบ PortNet มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจได้ ประกอบไปด้วย 1) การสร้างพันธมิตรทางยุทธศาสตร์ร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านพิธีการศุลกากร หน่วยงานที่บริหารจัดการท่าเรือ ภาคเอกชนที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการนำเข้า ส่งออก โดยการนำเอาระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการอำนวยความสะดวกต่อการบริหารจัดการหน้าท่า และให้ระบบของผู้ประกอบการ เช่น ระบบวางแผนทรัพยากรวิสาหกิจ (Enterprise Resource Planning: ERP) หรือระบบการจัดการคลังสินค้า เป็นต้น สามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง 2) การประยุกต์ระเบียบวิธีที่นำไปสู่ความสำเร็จอย่างรวดเร็ว (quick-wins methodology) โดยหน่วยงานที่บริหารจัดการท่าเรือ 3) การติดตามประสิทธิผลและประสิทธิผลของการใช้ระบบ NSW และ ASW รวมถึงสมรรถนะของผู้ที่เกี่ยวข้อง (community performance) อาทิ ภาคเอกชนที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการนำเข้า และส่งออก 5) การปฏิบัติตามมาตรฐานสากล และมีการพัฒนาระบบ NSW ASW ให้สอดคล้องกับการทำงานร่วมกันในระดับภูมิภาค และเป็นไปตามมาตรฐานการทำงานร่วมกัน (interoperability standards) (UN/CEFACT, 2017)

จากความท้าทายด้านความพร้อมของผู้ให้บริการด้านระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ของไทยดังกล่าว และเนื่องจากสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทยได้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการกับหน่วยงานภาครัฐ ในฐานะคณะกรรมการ เช่น คณะอนุกรรมการพัฒนานโยบายและกำกับดูแลระบบ National Single Window (NSW) คณะทำงานย่อยกลุ่ม Port Community System(PCS) เป็นต้น สรท. จึงเสนอว่า *ภาครัฐ เช่น กรมศุลกากร กรมเจ้าท่า การท่าเรือ* ควรมีการสร้างพันธมิตรทางยุทธศาสตร์กับภาคเอกชนที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการหน้าท่าเทียบเรือ ให้มีการเชื่อมโยงขั้นตอนการดำเนินงานผ่านการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานหน้าท่าเทียบเรือ *การท่าเรือแห่งประเทศไทย* ควรเร่งพัฒนาระบบกลุ่ม

ผู้ประกอบการขนส่งผ่านท่า หรือ PCS ตามแนวทางการพัฒนา MSW ของ IMO เพื่อเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศทั้งระบบ โดยพัฒนาให้สอดคล้องกับมาตรฐาน (the UN/CEFACT Core Component Library : CCL) ซึ่งครอบคลุมกระบวนการการค้าข้ามพรมแดนในด้านข้อความอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับขั้นตอนการจัดซื้อ การขนส่ง และการชำระเงิน พัฒนาแนวทางการประสานงานของหน่วยงานควบคุมชายแดนทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านการค้าและการเดินทางมากขึ้น แต่ยังคงเป็นไปตามแนวคิดการจัดการชายแดนแบบประสานงาน (Coordinated Border Management: CBM) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ณ ด่านชายแดนหรือด่านศุลกากร ในการนำข้อมูลจากระบบ NSW มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ กรมศุลกากรควรเร่งรัดการพัฒนาการจัดทำมาตรฐานสินค้าด้วยรหัสบาร์โค้ดภายใต้มาตรฐานอุตสาหกรรม การจดทะเบียนผู้ขายสินค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ และปรับปรุงการทำระบบการติดตามสถานะการผ่านพิธีการศุลกากร (e-Tracking) ระบบบริการของ 3 กรมภาษี (Tax Single Sign On: SSO) และระบบบัญชีราคาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (e-Invoice) ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมถึงส่งเสริมการพัฒนา Real time services API ในระบบการขนส่งสินค้า ภาคเอกชน เช่น ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางเรือ (shipping freight forwarder) ควรนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้า และเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจมากขึ้น เช่น การเชื่อมโยงระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าเข้ากับแพลตฟอร์มฯ และเชื่อมโยงกับระบบของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เพื่อรับส่งข้อมูลแบบทันทีระหว่างกัน ทำให้สินค้าถึงบริษัทผู้ซื้อได้รวดเร็วมากขึ้น

4. **ความท้าทายด้านความพร้อมของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทย** ผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีส่วนสำคัญในการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เพราะเป็นผู้เคลื่อนย้ายสินค้าทางกายภาพ และเป็นผู้มีบทบาทสำคัญ ที่ทำให้ผู้ประกอบการและสินค้าของไทย สามารถจัดจำหน่ายผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และขายไปยังประเทศปลายทางได้ โดยที่ประเทศไทยได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงสุด และไม่ต้องพึ่งพาตัวกลางทางการค้าของประเทศคู่ค้ามากเกินไป ด้านผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระดับโลก ได้มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการที่ทันสมัย เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการด้านการขนส่ง ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และเชื่อมโยงได้ทั่วโลกในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ด้านการขนส่งทางเรือ บริษัท Maersk ได้นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้กับระบบ โดยพัฒนาร่วมกับบริษัทไอบีเอ็ม เพื่อให้สามารถดำเนินการกระบวนการทางธุรกิจกับลูกค้าได้อย่างปลอดภัย บริษัท DHL ได้ขยายการให้บริการด้านโลจิสติกส์ผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ โดยนำระบบของบริษัทเข้าเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการในทวีปอเมริกาเหนือ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม มาตรฐานสากลที่ระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งการดำเนินงานของประเทศไทยต้องสอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศดังกล่าว เช่น UN/CEFACT ภายใต้แนวคิด Buy/Ship/Pay ในส่วนของการดำเนินงานภายในประเทศ ได้แก่ การขอใบอนุญาตส่งออก ใบรับรองสินค้าของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ระบบการชำระเงินระหว่างประเทศ การติดต่อผู้ให้บริการสายเรือหรือตัวแทน และในส่วนของ การดำเนินงานกับต่างประเทศ ได้แก่ การขอใบอนุญาตรับรองสินค้าจากประเทศปลายทาง ระบบการชำระเงินระหว่างประเทศ รวมถึงข้อกำหนดทางกฎหมายประเทศปลายทาง มาตรฐานด้านการตลาดสากล การควบคุมการนำเข้า และกฎระเบียบภายใต้ความตกลง FTA (ภาษีและโควตา) เป็นต้น (UN/CEFACT, 2017) การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2556-2560) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ส่งผลให้ดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ของธนาคารโลก ปี พ.ศ. 2561 จัดอันดับให้ไทย อยู่อันดับที่ 32 จาก 160 ประเทศทั่วโลก ซึ่งดีขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2559 ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 45 และจัดเป็นอันดับที่ 3 ในอาเซียน รองจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย (International Logistics Performance Index (LPI), 2018) ซึ่งประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์นี้ นับเป็นหนึ่งในกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการได้ ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 อีกทั้งความ

ได้เปรียบของประเทศไทย ที่อยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม หรือ CLMV และภูมิภาคอาเซียนได้ง่าย รวมถึงการสนับสนุนของรัฐบาล ที่ลงทุนในการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และลดต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทย ให้เหลือร้อยละ 12 ของ GDP ภายในปี ค.ศ. 2021 ส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ

สำหรับเทคโนโลยีที่สามารถนำมาใช้กับโลจิสติกส์ได้ในอนาคต เช่น บล็อกเชน ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่จะทำให้ การตรวจสอบความถูกต้องและโปร่งใสของการทำรายการ ทำได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงหากมีการนำเทคโนโลยีด้าน แอปพลิเคชันเคลื่อนที่ (mobile apps) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งหรือไอโอที การรวบรวมข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) ร่วมกับการนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาประมวลผล จะช่วยให้ผู้ใช้ บริการโลจิสติกส์ของไทยสามารถติดตามกระบวนการโลจิสติกส์ และจัดการกระบวนการเหล่านั้นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ เช่น การติดตามรถขนส่งหรือสินค้าที่ถูกขนส่ง การวางแผนการจัดส่งสินค้าที่มีต้นทุนต่ำ สุดแต่มีประสิทธิผลสูงสุด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การลงทุนในระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เป็นสิ่งที่ต้องใช้เงินทุน จำนวนมากในการพัฒนาระบบให้สามารถเชื่อมต่อกับระบบอื่น และเป็นไปตามมาตรฐานสากล ซึ่งเป็น อุปสรรคสำคัญด้านการลงทุน สำหรับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทย เพราะอาจมีปริมาณการขนส่งสินค้าที่ไม่ มากพอ ที่จะสนับสนุนการลงทุนในระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยตนเอง (สภาผู้ส่งสินค้า ทางเรือแห่งประเทศไทย , 2018)

ทั้งนี้ แนวทางสำคัญเพื่อการสนับสนุนให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ได้แก่ 1) การพัฒนาระบบกลางที่เชื่อมโยงกับตลาดสินค้า อิเล็กทรอนิกส์ (e-marketplace) เช่น เว็บไซต์ Thaitrade.com และเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ตั้งแต่มิติใหญ่ไปจนถึงระดับเล็ก เข้ามาเชื่อมต่อ เพื่อให้บริการได้ 2) การสร้างความตระหนักในการพัฒนา ระบบการขนส่งสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรองรับรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และ 3) การยกระดับ ความสามารถในการบริหารจัดการ และขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของ ไทย เพื่อให้สามารถพัฒนาองค์กรของตน ให้ก้าวไปเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการเชื่อมโยงระดับโลก (global network) ได้ในที่สุด

จากความท้าทายด้านความพร้อมของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยดังกล่าว ภาครัฐควรเร่งพัฒนาด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทย โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานให้ครอบคลุม และสนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ประกอบการ ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของไทย เพื่อการพัฒนาพื้นฐาน เชื่อมโยงเข้ากับระบบ NSW ของกรมศุลกากร หรือการทำระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Document) ที่เชื่อมต่อกับผู้ให้บริการภาคเอกชน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงการเชื่อมต่อเข้ากับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจ กับธุรกิจ ภาคเอกชน อาทิ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ควรยกระดับการให้บริการ และนำเทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ มาใช้ เช่น การบริการขนส่งข้ามแดน โลจิสติกส์เพื่อสินค้าเกษตร Cold Chain Logistics โลจิสติกส์เพื่อการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ รถนำส่งสินค้าอัตโนมัติ (Automated Guided Vehicle: AGV) ระบบบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบครบวงจร เป็นต้น

5. **ความท้าทายด้านกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ** นอกเหนือจากพิธีการด้านศุลกากรแล้ว สินค้าหลาย รายการที่ซื้อขายกันแบบธุรกิจกับธุรกิจ สำหรับการค้าระหว่างประเทศจำเป็นต้องมีการขออนุญาตส่งออก จากหน่วยงานกำกับดูแลในประเทศ เช่น กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งได้ผลักดัน (ร่าง) พระราชบัญญัติการควบคุมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง พ.ศ. ... เพื่อให้ประเทศไทยมีกฎหมายเฉพาะในการควบคุมสินค้าที่ใช้ได้สองทาง (Dual Use Items: DUI) อย่าง ครบถ้วน ตามมติของคณะมนตรีความมั่นคงแห่งสหประชาชาติ (United Nations Security Council: UNSC) ที่กำหนดให้ประเทศสมาชิก รวมถึงประเทศไทย ต้องมีมาตรการภายในประเทศ เพื่อป้องกันการแพร่ ขยายของอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ทั้งนี้ สำหรับ สินค้าที่ใช้ได้สองทางในปัจจุบัน มีอยู่ประมาณ 3,557 รายการ ตามรายการที่สหภาพยุโรปกำหนด (EU list) แต่ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีการควบคุมสินค้า

ดังกล่าวเพียงในเรื่องของการส่งออกเท่านั้น (ร่าง) พ.ร.บ.ฯ ฉบับใหม่จึงจะครอบคลุมทั้งเรื่องการส่งออก การส่งกลับ การผ่านแดน การถ่ายลำ การเป็นคนกลาง และการดำเนินธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้องด้วย นอกจากนี้ สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทยพบว่า ผู้รับฝากขาย (consignee) และผู้ใช้นปลายทาง (end user) เป็นตัวแปรสำคัญในการจัดการหรือการบริหารความเสี่ยงของระบบการควบคุมสินค้าที่ใช้ได้สองทาง ดังนั้น ผู้ที่ต้องการส่งออกสินค้าที่ใช้ได้สองทางไปยังคู่ค้ารายใหม่ จำเป็นต้องตรวจสอบความเสี่ยงของคู่ค้ารายใหม่นั้น ก่อนการทำสัญญาซื้อขาย ซึ่งหากคู่ค้าไม่มีการเข้าร่วม “โครงการอบรมระบบงานการบริหารการค้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงภายในองค์กร” (Internal Compliance Program : ICP) และได้รับการรับรองจากกรมการค้าต่างประเทศ ย่อมจะทำให้เกิดอุปสรรคในการเปิดตลาดกับคู่ค้ารายใหม่ และเป็นปัญหาต่อการค้าในระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2560) นอกจากนี้ ยังมีประเด็นความล่าช้าในการปรับแก้กฎหมายของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับระบบ NSW เพื่อให้ 37 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการผ่านระบบ NSW ได้อย่างถูกต้อง และถือเป็นปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจของไทย

จากความท้าทายด้านกฎหมายระหว่างประเทศดังกล่าว ภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กรมศุลกากร สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) เป็นต้น ควรเร่งปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้า และโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ เพื่อรองรับการทำธุรกรรมในระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน โดยอ้างอิงมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานของ UN/CEFACT ภายใต้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ควรปฏิรูปกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศให้สอดคล้อง โดยเฉพาะกฎหมายของหน่วยงานที่ต้องเชื่อมต่อกับระบบ NSW เพื่อให้สามารถทำงานบนระบบ NSW ได้อย่างถูกต้อง ภายใต้ระบบที่พัฒนาขึ้นใหม่ เช่น การออกใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ (e-certification) ได้แก่ หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ใบอนุญาต และหนังสือรับรองการนำเข้า-ส่งออกสินค้าทั่วไป สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ควรศึกษากฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป และแนะแนวทางในการปฏิบัติตามให้กับภาครัฐ และผู้ประกอบการไทยที่อาจได้รับผลกระทบจากกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป ให้เป็นไปตาม (ร่าง)พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ของไทย ภาคเอกชน ควรร่วมมือกับภาครัฐในการผลักดันการจัดวางระบบการขนส่งโลจิสติกส์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล

6. **ความท้าทายด้านแรงงานกับผลกระทบจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี** อิทธิพลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ผู้ประกอบการนำหุ่นยนต์เข้ามาทดแทนแรงงานในกระบวนการผลิตเพิ่มมากขึ้น โดยภาคอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มจะถูกหุ่นยนต์ทดแทนในอนาคต เช่น อุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ แผงวงจรไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมการผลิตประป่อง อุตสาหกรรมรถยนต์ และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เกิดจากความต้องการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการลดต้นทุน ส่งผลให้แรงงานไร้ทักษะมีโอกาสถูกเลิกจ้างงาน ทั้งนี้ ยังมีอุตสาหกรรมบางอุตสาหกรรมที่หุ่นยนต์เข้ามาทดแทนได้ยากกว่า เนื่องจากมีข้อจำกัดทางกระบวนการผลิต ได้แก่ อุตสาหกรรมเสื้อผ้า อัญมณีและเครื่องประดับ อุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ เป็นต้น เนื่องจากต้องใช้แรงงานมีทักษะ แต่ในภาคอุตสาหกรรมเองก็ยังคงขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะในการผลิตดังกล่าว โดยหากมองในภาพรวมแล้วนั้น จะเห็นว่า ผู้ประกอบการและแรงงาน ยังขาดความพร้อมเพื่อก้าวผ่านผลกระทบจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีไปด้วยกัน

นอกจากนี้ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันศึกษาอย่างจริงจังเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีความสำคัญเปลี่ยนโลก (disruptive technology) เพื่อการก้าวผ่านผลกระทบจากเทคโนโลยี และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ ไปด้วย และควรร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน และผลิตแรงงานหรือบุคลากรที่มีทักษะ ให้สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงาน รวมถึงสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการ และแรงงาน

จากความท้าทายด้านแรงงานกับผลกระทบจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดังกล่าว ภาครัฐ ซึ่งได้ดำเนินการไปบ้างแล้ว โดยบรรจุแนวทางการยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตในระดับบุคคลลงในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เพื่อเตรียมความพร้อมภาคแรงงานต่อการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด การปรับตัวแรงงาน 4.0 เป็นหนึ่งในแผนพัฒนาแรงงาน เพื่อให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนในการพัฒนาทักษะอย่างเท่าเทียม โดยมีแนวทางให้สามารถเชื่อมโยงแรงงานเข้าสู่ตลาดได้อย่างครบวงจร แนวทางดังกล่าว เช่น 1) พัฒนาแรงงานไร้ฝีมือหรือแรงงานฝีมือขั้นต่ำ ที่มีความเสี่ยงต่อการถูกทดแทนด้วยเครื่องจักร ให้เป็นแรงงานฝีมือ และพัฒนาแรงงานที่มีฝีมือขั้นกลางและขั้นสูงให้เป็นแรงงาน 4.0 ที่สามารถปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน 2) สร้างแรงงานคุณภาพ (super worker / smart labor) ทั่วประเทศในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย และเชื่อมโยงแรงงานสู่ตลาด ผ่านการสร้างแพลตฟอร์มเพื่อการฝึกอบรม (training platform) และศูนย์ฝึกอบรมแรงงาน โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อฝึกฝนแรงงานตามความต้องการของกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย 3) ติดตามประเมินผลแรงงานที่ได้เข้ารับการอบรมกับบริษัทเอกชนชั้นนำ และ 4) ปรับปรุงระบบการศึกษาตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะกลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อให้แรงงานมีความรู้ขั้นพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพในอนาคต นอกจากนี้ *สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพและกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน* ควรเร่งสร้างความเข้าใจ และจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจความแตกต่างของการใช้แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการค้าระหว่างประเทศในรูปแบบเดิม และให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกระบวนการทำงาน และระบบสารสนเทศหรือเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้สอดคล้อง *สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ และกระทรวงศึกษาธิการ* ควรสร้างแรงจูงใจแก่คนรุ่นใหม่ให้เข้าร่วมพัฒนา และเร่งรัดให้มีหลักสูตรเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ สอดแทรกไปในทุกสายอาชีพ *ภาคเอกชน* ควรร่วมมือกับภาครัฐ ส่งเสริมการฝึกอบรม และทดสอบศักยภาพแรงงานขั้นสูง กับบริษัทหรือสถาบันวิชาชีพชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนให้แรงงานเข้าสู่ระบบการฝึกฝน และพัฒนาแรงงานได้โดยไม่มีอุปสรรค ในแง่ของแหล่งเงินทุนหรือการกีดกันจากนายจ้าง เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรด้านโลจิสติกส์ที่มีทักษะเข้าสู่บริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทย พัฒนาแรงงานให้มีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตสินค้าคุณภาพสูง ทักษะด้านการแสวงหาความรู้ใหม่ และพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าได้มากขึ้น

4.2 สรุปผลการศึกษาเชิงนโยบาย

ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อสะท้อนผลการศึกษาในเชิงนโยบาย มีรายละเอียด ดังนี้

1. การใช้ประโยชน์จาก B2B Cross Border e-Trading Platform ในมุมมองของผู้ประกอบการ (กลุ่มสินค้า: อาหาร/เครื่องนุ่งห่ม/เฟอร์นิเจอร์) โดย คุณวิศิษฐ์ ลิ้มลือชา รองประธานสภาฯ, ดร.เนาวรัตน์ ทรงสวัสดิชัย : นายกสมาคมเครื่องหนังไทย, คุณกิติ เสริมประกาศศิลป์ : นายกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย

รูปแบบการค้าระหว่างประเทศของกลุ่มผู้ประกอบการ การสัมภาษณ์พบว่า ปัจจุบันในการเสนอหรือต่อราคาซื้อขาย บริษัทยังคงใช้การติดต่อกับลูกค้าต่างประเทศผ่านอีเมล (e-mail) เป็นหลัก ขั้นตอนการชำระเงินระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการยังคงใช้เทอมการค้าชำระเงินแบบคำสั่งที่เรียกเก็บเงินทันทีก่อนส่งมอบเอกสารให้กับผู้นำเข้าเพื่อไปรับสินค้า (Document against Payment: D/P at sight) ระบบการชำระเงินค่าสินค้าผ่านทางธนาคาร (Letter of Credit: L/C) หรือการชำระเงินค่าสินค้าโดยตรงด้วยการโอนเงิน (Telegraphic Transfer: T/T) กับกลุ่มลูกค้าที่เชื่อถือได้ และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงใช้บริการจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เพื่อลดขั้นตอน และความยุ่งยากในการขนส่งสินค้า โดยในภาพรวมของการค้า ทั้งอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องหนัง ยังไม่ได้มีการใช้รูปแบบการขายสินค้าออนไลน์มากนัก ในทางกลับกัน กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องเรือนมีการขายสินค้า

ออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ปัจจุบัน ผู้ประกอบการกลุ่มอาหารและเครื่องเรือนเหล่านี้ เป็นสมาชิกของ Thaitrade.com

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการส่งออกที่สำคัญ ปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่พบ ได้แก่ 1. หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าและใบรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่ผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกหรือผู้ซื้อผู้ขายต้องการให้มีการเปลี่ยนเป็นระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดต้นทุนของผู้ประกอบการ 2. ระบบในการประเมินปริมาณสินค้าคงคลังเพื่อการส่งออกยังไม่มี ความถูกต้องส่งผลต่อการคำนวณปริมาณสินค้าที่สามารถผลิตตามคำสั่งซื้อ เสร็จไม่ทันตามกำหนดการส่งออก 3. ความหลากหลายของสินค้าที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างสมบูรณ์ แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเห็นด้วยว่า การขายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ จะมีประโยชน์อย่างยิ่ง หากระบบโลจิสติกส์เปลี่ยนไปใช้ระบบอีโกลิสติกส์ที่ครอบคลุมระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ และระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์พร้อมกัน โดยในอนาคตผู้ประกอบการต้องการให้มีการส่งเสริมรูปแบบการค้าแบบธุรกิจกับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าในการขายสินค้า รวมถึงการเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้เลือกซื้อสินค้า ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขเดียวกัน โดยภาครัฐควรจะเป็นตัวกลางในการวางระบบเพื่อให้ผู้ประกอบการเข้ามาใช้งานได้จริง และการเข้าร่วมกับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจจะมีประโยชน์กับผู้ประกอบการ ก็ต่อเมื่อการให้บริการนั้นตอบโจทย์ผู้ใช้บริการมากที่สุด ทั้งในส่วนของลดขั้นตอนการซื้อ/ขาย รวมถึงลดภาษี นำเข้า และ ส่งออก รวมถึงการเข้าร่วมเป็นสมาชิกแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ ทำให้ขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น

2. **ทิศทางและมุมมองภาคธนาคารต่อการทำอีเพย์เมนท์ผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจในประเทศไทย** โดย ดร.ชาวลลิต สิริธนาโชติ ผู้อำนวยการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank)

มุมมองของภาคธนาคารต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ การสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการนำระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มารองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ธนาคารจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการและสร้างความเชื่อมั่นในขั้นตอนการชำระเงินว่า ผู้ประกอบการจะได้รับเงินแน่นอน ซึ่งตัวแปรสำคัญในการเปลี่ยนระบบชำระเงินแบบเดิมให้เป็นระบบอีเพย์เมนท์ ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดในการทำการค้า เพราะเมื่อระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดีกว่า ก็จะช่วยสนับสนุนการเพิ่มยอดขาย ซึ่งธนาคารพาณิชย์เห็นด้วย หากจะมีตัวกลางในการจัดการสร้างระบบนิเวศที่สมบูรณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการค้าแบบธุรกิจกับธุรกิจ หรือการค้าแบบธุรกิจกับผู้บริโภค ด้านอุปสรรคต่อการชำระเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารพาณิชย์มองว่า การพัฒนาระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ยังมีอุปสรรคอยู่ โดยมีสิ่งที่จะต้องมาศึกษากันต่อคือ กระบวนการชำระเงิน และเงื่อนไขของของแต่ละธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกัน ทำอย่างไรธนาคารพาณิชย์จึงจะร่วมมือกัน และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้ประโยชน์มากที่สุด ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับจากการขายสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มคือ 1. ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในการขายของออนไลน์มากยิ่งขึ้นว่า ขายสินค้าแล้วการันตีว่าได้เงินจริง โดยแพลตฟอร์มจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการคัดกรองผู้ประกอบการที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ (KYC) 2. ธนาคารสามารถการันตีว่า ถ้าเข้ามาเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มฯ แล้ว จะตอบโจทยในการแก้ปัญหาการส่งออก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเรื่องสินค้า หรือกรณีที่ถูกค่าซื้อสินค้าแล้วไม่จ่ายเงิน ซึ่งธนาคารจะมีระบบประกันความเสี่ยงให้ได้ และ 3. ในอนาคต ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว ทางธนาคารอาจทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยง 3 ส่วน ได้แก่ การให้สินเชื่อ การรับประกัน และการจัดการระบบโลจิสติกส์ผ่านผู้ให้บริการโลจิสติกส์

3. แนวทางการเชื่อมโยงแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจเข้ากับระบบ National Single Window ในมุมมองของหน่วยงานกำกับดูแล โดย คุณวีระศักดิ์ ลอยสายอ และ คุณเจษฎา อริยฉัตรกุล กรมศุลกากร

ปัจจุบัน การค้าระหว่างประเทศแบบธุรกิจกับธุรกิจ แม้นโยบายไม่ได้กำหนดให้ต้องมีการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านระบบ NSW แต่หากภาคธุรกิจมีความประสงค์ที่จะแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องผ่านระบบ NSW กรมศุลกากรก็ต้องให้การสนับสนุนและผลักดัน เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงที่มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามมาตรฐานสากล และสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่ต้องเกี่ยวข้องอื่นๆ ได้ในปัจจุบัน มีหน่วยงานต่างประเทศหลายหน่วยงานที่ได้ขอเข้าหารือกับกรมศุลกากร เพื่อพิจารณาให้ความร่วมมือพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจร่วมกัน ซึ่งหากการพัฒนาตามข้อเสนอใน white paper ที่กำลังจะจัดทำขึ้น สอดคล้องกันก็สามารถสนับสนุนการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจในประเทศไทย ให้เกิดผลได้เร็วยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนควรกำหนดกระบวนการทางธุรกิจ (business process) ที่ชัดเจนและประสานการดำเนินการร่วมกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ

ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการให้บริการ NSW หน่วยงานภาครัฐยังมีการพัฒนาระบบเพื่อรองรับการให้บริการ NSW ไม่เพียงพอต่อการขอใช้บริการของภาคเอกชน อีกทั้งหน่วยงานรัฐและภาคเอกชนยังขาดความเข้าใจที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ที่จะพัฒนาระบบอีโกลิซิสติกส์ให้สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างอัตโนมัติ และให้บริการได้ครบทุกขั้นตอน ในปัจจุบัน ยังไม่มีความร่วมมืออย่างเป็นทางการจัดทำแนวทางการพัฒนาระบบอีโกลิซิสติกส์ร่วมกัน เพื่อให้บริการและการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ยังอยู่ในรูปแบบที่ต่างคนต่างทำ และผู้ประกอบการยังยึดติดอยู่กับระบบการติดต่อแบบเดิม

4. ทิศทางและมุมมองผู้ให้บริการด้านการขนส่งระหว่างประเทศต่อการทำอีโกลิซิสติกส์ผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจในประเทศไทย โดย ดีเอชแอล อีคอมเมิร์ซ ประเทศไทย

ในมุมมองของการส่งออก ผู้ประกอบการไทยถือเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ และมีความหลากหลายของสินค้า แต่ขณะเดียวกัน การพัฒนาระบบอีโกลิซิสติกส์ระหว่างประเทศของไทยยังไม่ได้มีการพัฒนาอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของโครงสร้างพื้นฐาน และความสนใจของภาคเอกชนที่มีต่อการพัฒนาระบบอีโกลิซิสติกส์สิ่งที่ประเทศไทยรวมถึงประเทศในภูมิภาคอาเซียนต้องดำเนินการปรับปรุงร่วมกันก่อนเป็นอันดับแรกคือ พิธีการศุลกากร (customs procedure) เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาตลาดการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในอนาคตหากสามารถสร้างระบบพิธีการศุลกากรที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการขึ้นมาได้ เช่น ระบบสามารถโต้ตอบและเชื่อมโยงได้กับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลพิศศุลกากรระหว่างประเทศ ที่สามารถตรวจสอบอัตราภาษีของประเทศปลายทางได้ จะช่วยให้การขนส่งสินค้ามีความสะดวกรวดเร็ว และแม่นยำมากยิ่งขึ้น สำหรับตลาดออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียถือว่า เป็นตลาดที่มีศักยภาพ และมีโอกาสทางการค้าสูง (ไม่นับรวมประเทศจีน) เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน อินโดนีเซีย เวียดนาม มาเลเซีย และออสเตรเลีย เป็นต้น เพราะเป็นตลาดที่ผู้ซื้อและผู้ขายมีความเข้าใจในระบบการค้าออนไลน์ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งเป็นกลุ่มตลาดที่มีทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารได้ ปัจจุบันดีเอชแอลได้ส่งเสริมให้มีการสมัครใช้บริการแบบฟอร์มออนไลน์ (online applications) เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ใช้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่เป็นจำนวนมาก ทำให้การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่เข้าถึงตัวบุคคล ง่ายขึ้น และทำให้การพาณิชย์เคลื่อนที่ (mobile commerce) กลายเป็นตลาดหลักของประเทศ ส่งผลให้รูปแบบการขนส่งสินค้าเปลี่ยนแปลงไป สำหรับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ หากเกิดขึ้นจริงจะมีประโยชน์กับผู้ประกอบการไทยได้ก็ต่อเมื่อ ตลาดสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้มีความดึงดูดในเชิงการตลาด จะทำให้สามารถขยายตลาดได้ โดยที่ไม่ต้องพึ่งพาเว็บไซต์จากต่างประเทศ

4.3 สรุปผลการศึกษาเชิงวิจัย (เบื้องต้น)

4.3.1 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่จัดทำขึ้น ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเป็นสมาชิกเว็บไซต์ Thaitrade.com โดยสมาชิกที่สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) เข้าไปสัมภาษณ์ได้รับคำแนะนำเพื่อการคัดเลือกจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะที่เป็นบริษัทที่มีศักยภาพ และมีการเติบโตจากการทำธุรกิจระหว่างประเทศ รวมถึงออกงานแสดงสินค้า (roadshow) ร่วมกับกรมส่งเสริมฯ อย่างต่อเนื่อง โดย สรท. ได้ดำเนินการสอบถามข้อคิดเห็นและมุมมอง ต่อการเปลี่ยนรูปแบบทางการค้าแบบเดิมมาเป็นการค้าผ่านแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ เพื่อให้เห็นภาพของปัญหา อุปสรรค รวมถึงขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่เปลี่ยนแปลงของการค้าระหว่างประเทศ สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเป็นดังนี้

กลุ่มสินค้าที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ กลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร ผักและผลไม้สดและแปรรูป, กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร ฯลฯ

1. บริษัท Halo Corporation Co.,Ltd

สินค้าส่งออก: ผักและผลไม้ สดและแปรรูป, เครื่องดื่ม
ตลาดหลัก: สหรัฐฯ จีน

2. บริษัท ไทยพีพีเอฟ (ThaiPPF) จำกัด

สินค้าส่งออก: มะพร้าว มะม่วง สดและแปรรูปขั้นต้น
ตลาดหลัก: จีน สหรัฐฯ รัสเซีย อียู สแกนดิเนเวีย

3. บริษัท Kevina.natural Co.,Ltd

สินค้าส่งออก: สินค้าสมุนไพร ตลับโล่ยุ่ง (Organic), ยาหม่อง Balm, แชมพูสัตว์เลี้ยง
ตลาดหลัก: อาเซียน

ตารางที่ 1: สรุปจากแบบสัมภาษณ์เรื่อง ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

ข้อความจากแบบสัมภาษณ์เรื่อง ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ			
คำถามหลัก	คำถามรอง	เคย / เห็นด้วย	ไม่เคย / ไม่เห็นด้วย
ส่วนที่ 1: การเข้าสู่ตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในฐานะผู้ขาย			
1. บริษัทของท่านเคยขายสินค้าออนไลน์ไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศหรือไม่		✓	
2. บริษัทของท่านใช้ช่องทางใดในการติดต่อบริษัทลูกค้าต่างประเทศ ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์	Online Platform	✓	
	Company's website / Email	✓	
3. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญต่อการขายสินค้าออนไลน์ไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศของบริษัทท่านคืออะไร (มี 7 ข้อย่อยแต่ผู้ประกอบการให้เห็นด้วยกับ 3 ข้อย่อยในตารางมากที่สุด)	ความยุ่งยากของการเอกสาร (ใบอนุญาต/ใบรับรอง)	✓	
	ความยุ่งยากด้านพิธีการศุลกากร	✓	
	ต้นทุนการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น	✓	

ข้อคำถามจากแบบสัมภาษณ์เรื่อง ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ			
คำถามหลัก	คำถามรอง	เคย / เห็นด้วย	ไม่เคย / ไม่เห็นด้วย
<p>ความเห็นเพิ่มเติมเรื่องปัญหาอุปสรรคการขายสินค้าออนไลน์ 1. ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าไปต่างประเทศ มีราคาค่อนข้างสูง เสนอให้ผู้ให้บริการ Logistic Service Provider: LSP/ Freight Forwarder เข้าร่วมในแพลตฟอร์ม เพื่อให้มีการเสนอราคาที่มีความหลากหลายและสามารถต่อรองได้ 2. เรื่องความยุ่งยากของการขอเอกสาร (ใบอนุญาต/ ใบรับรอง) และความการดำเนินพิธีการศุลกากร โดยในส่วนของ การขอเอกสาร Requirement ของประเทศปลายทาง ไม่ชัดเจนลูกค้า Buyer หรือบริษัทขนส่งสินค้าที่ใช้บริการ ไม่สามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจนทำให้สินค้าที่ส่งเข้าไปต้องกลับมาขอเอกสารประกอบอื่นๆ เพิ่มเติม</p>			
4. เห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของบริษัทท่านไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศมากขึ้น		✓	
5. หากท่านเห็นด้วยกับการมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของบริษัทท่านไปยังผู้ซื้อในต่างประเทศ บริษัทของท่าน อยากรับบริการใดเพิ่มเติม		✓	
<p>เหตุผล ข้อ 4-5 การขายออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริง แต่เนื่องจากปัญหาส่วนใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเกษตรฯ ที่เป็นพืชเศรษฐกิจหลักของประเทศ คือ เรื่องของการขอใบอนุญาตจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน หากการขอใบอนุญาตสามารถเพิ่มเข้ามาอยู่บนแพลตฟอร์มนี้ได้ จะช่วยอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการได้มาก</p>	5.1 การสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน	-	
	5.2 การจัดการด้านเอกสารการส่งออก	✓	
	5.3 การขยายตลาดและฐานลูกค้าต่างประเทศ	✓	
6. การขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ มีความจำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ขายซึ่งเป็นระบบของบริษัทท่าน เพื่ออัปเดตข้อมูลแก่บริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศแบบ real time บริษัทของท่านมองว่าโปรแกรมดังกล่าว มีความจำเป็นมากน้อยเพียงใด และมีความพร้อมในการลงทุนในระบบดังกล่าวหรือไม่ เช่น ระบบ Enterprise Resource Planning: ERP		✓	✓
<p>ข้อมูลประกอบเพิ่มเติม กรณีไม่เห็นด้วย เนื่องจากปกติการติดต่อซื้อขายผู้ประกอบการมักจะมาเจรจากันภายหลังประกอบกับมีเรื่องของการต่อรองราคาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะฉะนั้นระบบ ERP/Real time อาจไม่มีความจำเป็น โดยหลักของการค้าขายลูกค้าจะสนใจว่าจะได้สินค้าเมื่อไหร่มากกว่าที่จะรู้ว่าสินค้าอยู่ใน stock เท่าไหร่ เพราะส่วนใหญ่ เป็นการซื้อขายหลังร้าน ไม่ได้ซื้อขายกันโดยตรงมากกว่า</p>			
7. ท่านคิดว่า ใครควรเป็นผู้รับรองหรือตรวจสอบว่า ผู้ซื้อมีความน่าเชื่อถือ (KYC Buyer) เพื่อให้ท่านมีความเชื่อมั่นในการขายสินค้าไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศ ได้	ให้ผู้ขายรับรองผู้ซื้อที่เคยค้ากันมาก่อน	✓	
	ให้ทูตพาณิชย์ในต่างประเทศรับรอง	✓	
	ให้หอการค้าในต่างประเทศรับรอง	✓	

ข้อคำถามจากแบบสัมภาษณ์เรื่อง ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ			
คำถามหลัก	คำถามรอง	เคย / เห็นด้วย	ไม่เคย / ไม่เห็นด้วย
<p>ข้อมูลประกอบเพิ่มเติม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นด้วย ให้มีการคัดกรอง โดยใช้ให้ผู้ขายรับรองผู้ซื้อที่เคยค้ากันมาก่อน หรือให้ทูตพาณิชย์ในต่างประเทศ ช่วยรับรองและช่วยตรวจสอบและแชร์ข้อมูลผู้ซื้อผู้ขายต่างประเทศ ว่ามีตัวตนที่ชัดเจน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการตัดสินใจทำธุรกิจได้ง่ายมากขึ้น หรือทำในลักษณะเดียวกับที่ Thaitrade คัดกรองผู้ขายในไทย ก่อนที่จะให้มีการลงทะเบียนกับเว็บไซต์</p>			
8. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หาก “แพลตฟอร์มกลาง” จะช่วยแจ้งเตือน “ผู้ขาย” ให้ทราบว่า เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจาก “ผู้ซื้อ” จากต่างประเทศ “ผู้ขาย” ต้องเตรียมเอกสารประกอบที่สอดคล้องกับกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าของประเทศนั้น		✓	
<p>ข้อมูลประกอบเพิ่มเติม เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อย ยังไม่มีความชำนาญในขั้นตอนของเอกสารและกฎระเบียบของประเทศปลายทาง หากนำเอาข้อมูลหรือเงื่อนไขของการส่งสินค้าเข้าไปยังประเทศปลายทางของสินค้าแต่ละชนิดได้จะเป็นการช่วยอำนวยความสะดวก ลดขั้นตอนการติดต่อแต่ละหน่วยงานภาครัฐ อย่างน้อยให้มีเชื่อมโยงระบบการขอใบอนุญาตอยู่บนแพลตฟอร์มไว้ก่อนล่วงหน้า แล้วให้คนเข้ารับอย่างเดียวจะเป็นสิ่งที่ช่วยผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี ประกอบกับสามารถช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าได้ในปริมาณมากขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย</p>			
ส่วนที่ 2: การบริการที่สนับสนุนด้านการเงิน และระบบการชำระเงินออนไลน์			
9. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับการใช้พื้นที่บนแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อกำหนดวิธีการชำระเงินระหว่างบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศและบริษัทผู้ขาย เช่น Advance payment (T/T), Open Account (O/A), Documentary Bill for Collection (D/P, D/A), Letter of Credit (L/C) เป็นต้น		✓	
<p>ข้อมูลประกอบเพิ่มเติม ปัจจุบันผู้ประกอบการรายเล็ก ไม่นิยมเปิด LC เนื่องจากความยุ่งยากของขั้นตอนเอกสาร การใช้คำว่า Copy Invoice ไม่ใช่ Original invoice ก็ไม่สามารถขึ้นเงินได้เลย ประกอบกับผู้ประกอบการรายเล็กไม่มีศักยภาพที่จะไปต่อรองเงื่อนไขเหล่านี้ และไม่มีความรู้ด้านกฎหมายที่จะสามารถดำเนินการได้ จึงนิยมใช้แบบ TT มากกว่า</p>			
10. บริการสนับสนุนด้านการเงิน (Financial Services)		✓	
	10.1 เห็นด้วยหรือไม่ หากธนาคารปล่อยเงินทุนหมุนเวียนให้แก่ SMEs เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการบน Platform		
	10.2 เห็นด้วยหรือไม่ หากธนาคารเสนอให้มีการเปิด LC พร้อมการทำประกันความเสี่ยงด้านการชำระเงิน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการ (SMEs)	✓	เห็นด้วย แต่ต้องเป็นความสมัครใจของผู้ประกอบการ ไม่บังคับว่าหากไม่ทำประกันจะไม่ให้สินเชื่อ
ส่วนที่ 3: การใช้บริการด้าน Logistic ผ่านรูปแบบการค้าออนไลน์			

ข้อคำถามจากแบบสัมภาษณ์เรื่อง ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ			
คำถามหลัก	คำถามรอง	เคย / เห็นด้วย	ไม่เคย / ไม่เห็นด้วย
11. เห็นด้วยหรือไม่ Platform B2B ควรเชื่อมโยงเข้ากับ National Single Window: NSW ของกรมศุลกากร เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของใบอนุญาตและขั้นตอนพิธีการศุลกากรทั้งหมด		✓	
<p>เหตุผล เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วในการดำเนินการ อีกทั้งข้อมูลมีความเชื่อมโยงบนแพลตฟอร์มฯ และผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้ามาดำเนินการได้ และเป็นการลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายได้มาก ประกอบกับขั้นตอนพิธีการศุลกากร ต่างๆ ที่มีความซับซ้อน ประกอบกับผู้ประกอบการขนาดเล็กอาจจะยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะดำเนินการเรื่องดังกล่าว โดยเฉพาะการไปติดต่อในแต่ละสถานที่ราชการที่เกี่ยวข้อง การมีแพลตฟอร์มที่สามารถอธิบายและดำเนินการได้ทันที จะเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจและบริหารจัดการขายสินค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น</p>			
12. ท่านคิดว่าปัจจุบัน NSW สามารถอำนวยความสะดวกได้จริงหรือไม่		✓	
<p>เหตุผล ปัจจุบัน NSW สามารถอำนวยความสะดวกได้ระดับหนึ่งเท่านั้น แต่ยังคงต้องเร่งสร้างความเชื่อมโยงกันหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในแต่ละสินค้า เช่น ใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นให้ได้สมบูรณ์มากที่สุด รวมถึงให้ความรู้เรื่องผู้ประกอบการในเงื่อนไข เอกสารสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น Form A, E ต้องใช้เอกสารประกอบอะไรบ้าง เป็นต้น</p>			
13. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเข้ามาเลือกใช้บริการ Logistic Service Provider: LSP ได้ในแพลตฟอร์มออนไลน์ และสามารถเปรียบเทียบราคากการขนส่งสินค้าของแต่ละบริษัท LSP ได้		✓	
14. กิจกรรมโลจิสติกส์ (Logistic Activity) ใดบ้างที่ควรให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Platform)	-	-	-
<p>ข้อมูลประกอบเพิ่มเติม 1. การโปรโมทหรือโฆษณาของผู้ให้บริการ LSP สำหรับแข่งขันสินค้าและบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์แต่ละบริษัท ให้ความหลากหลายและเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการและสามารถเก็บค่าโฆษณาได้จากกรเข้ามาประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการกลุ่มนี้ด้วยอีกทางหนึ่ง</p> <p>2. การแชร์ข้อมูลเรื่องการขนส่งเข้ามาที่ แต่ละแพลตฟอร์มมี เนื่องจากมีราคาค่าขนส่งสูงกว่าสินค้าทั่วไป และปัญหาที่สำคัญที่สุดของการขายสินค้าเกษตรฯ คือ การขนส่งสินค้าถึงลูกค้าปลายทางได้เร็วที่สุด เป็นเรื่องสินค้าที่มีความอ่อนไหว เสียหายได้ง่ายมาก ซึ่งหลายๆ แพลตฟอร์มไม่รับขายสินค้าที่เป็นของสด</p>			
ส่วนที่ 4: การเจรจาต่อรองเงื่อนไขการค้าระหว่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มฯ (International Sale Contract)			
15. ท่านเห็นว่า ควรมีเงื่อนไขใดบ้างที่สามารถเจรจาต่อรองได้บนแพลตฟอร์มออนไลน์	1.1 Incoterm (International	✓	
	1.2 สัญญาประกันภัยสินค้าขนส่งทางทะเล	✓	
	1.3 สัญญาอื่นๆ	✓	
ส่วนที่ 5: การฝึกอบรมผู้ประกอบการที่ต้องการใช้บริการแพลตฟอร์ม			
16. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ว่าควรมีการอบรมผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ (ผู้ขาย/ผู้ส่งออก) เพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มออนไลน์	การใช้ระบบ Enterprise Resource Planning: ERP	✓	

ข้อความจากแบบสัมภาษณ์เรื่อง ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

คำถามหลัก	คำตอบรอง	เคย / เห็นด้วย	ไม่เคย / ไม่เห็นด้วย
	การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ให้เหมาะสม เช่น ระบบการขนส่งสินค้า ขั้นตอนการชำระเงิน	✓	
	การเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินที่เหมาะสมกับบริษัทของผู้ซื้อ/ผู้ส่งออก		

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

1. ผู้ประกอบการเห็นด้วยเรื่องการยกระดับ Thaitrade.com ให้เป็นแพลตฟอร์มธุรกิจกับธุรกิจที่สมบูรณ์มากขึ้น และสามารถซื้อขายออนไลน์ได้จริงบนแพลตฟอร์ม จะทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องพึ่งพาแพลตฟอร์มต่างประเทศ และหันกลับมาใช้ของไทย และผู้ประกอบการต่างประเทศจะได้เข้ามาที่เว็บไซต์ของไทยได้เห็นสินค้าไทยที่ต้องการจริงๆ
2. อยากให้มีการจัดงาน Roadshow / Exhibition ในต่างประเทศมากขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ สินค้าไทย รวมถึงแพลตฟอร์ม Thaitrade ที่มีสินค้าไทยที่มีความหลากหลาย ให้กับผู้ซื้อต่างประเทศสามารถ login เข้ามาเยี่ยมชมได้ ซึ่งการจัดงานแสดงสินค้าต่างประเทศเป็นกิจกรรมที่สามารถประชาสัมพันธ์ได้เข้าถึงผู้ประกอบการมากที่สุด
3. ระบบการ Matching ตอนไปออกงาน Exhibition ค่อนข้างมีข้อจำกัดให้ผู้ประกอบการสามารถทำ Business matching ได้ในจำนวนบริษัท ที่กำหนดไว้บางครั้งอาจจะกำหนดให้แค่ 2 บริษัท แต่ในความเป็นจริงแล้วสามารถทำ Matching ได้มากกว่านั้น
4. ควรใช้วิธีตลาดนำระบบ เช่น แพลตฟอร์มควรจะต้องมีรายชื่อผู้ประกอบการ (Buyer) ของประเทศปลายทาง แยกกลุ่มสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถติดต่อซื้อขายและสามารถตรวจสอบรายชื่อลูกค้า ก่อนในเบื้องต้น เพื่อให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายเกิดความมั่นใจซึ่งกันและกัน ต่อการเข้ามาลงทะเบียนใช้แพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
5. ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเร่งเปิดเสรีทางการค้า เพื่อขยายฐานตลาดออกไปยังภูมิภาคอื่นทั่วโลก รวมถึงส่งเสริมการเชื่อมโยงเอกสารสิทธิประโยชน์ทางการค้าบนแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควบคู่กัน
6. เสนอให้ Thaitrade ปรับรูปแบบการ PR โดยการ โปรโมทแพลตฟอร์มไม่ว่าจะเป็นที่มีอยู่แล้วหรือที่กำลังเร่งพัฒนายกระดับให้เกิดขึ้น ควรจะต้องสร้างความรับรู้ให้ทั่วโลกได้รู้จักและเข้ามาใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์ม ด้วยการออกงาน Roadshow โปรโมทแพลตฟอร์มให้ผู้ประกอบการต่างชาติได้เข้ามาใช้ประโยชน์ตรงนี้ให้มากที่สุด ให้เป็นเหมือนประตูสู่ประเทศไทย และให้ผู้ประกอบการเข้ามาแข่งขันกันอย่างเสรี
7. รูปแบบขั้นตอนการเข้าเป็นสมาชิกระหว่าง Thaitrade and Alibaba พบว่า Alibaba มีขั้นตอนการสมัครง่ายกว่า ซึ่งจะมีสองรูปแบบ คือ Member Free ขายของได้เหมือนกันแต่ไม่ติดหน้าแรก อีกประเภทหนึ่งคือเสียเงินค่าสมัครจะถูกแยกเข้ามาอยู่ในกลุ่ม Gold member ซึ่งจะได้รับโปรโมทติดตามแล้วจะปรับขึ้นมาที่หน้าแรกของแพลตฟอร์ม
 - a. ในส่วนของเอกสารการสมัคร Thaitrade จะต้องมีเงื่อนไขใบอนุญาตต่างๆ ที่ต้องยื่นพร้อมใบสมัครเพื่อลงทะเบียนกับ Thaitrade แต่ Alibaba ใช้แค่อีเมลในการสมัครเท่านั้น แต่จะมีเจ้าหน้าที่ที่เป็นคนไทยโทรมาสอบถามเพื่อยืนยันว่าใช่บริษัท ที่สมัครเข้ามาหรือไม่ เพียงเท่านั้นก็สามารถขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม Alibaba ได้แล้ว ซึ่งเปรียบเทียบให้เห็นถึงความสะดวกของขั้นตอนการสมัคร หากแพลตฟอร์มที่กำลังจะพัฒนาขึ้นมาควรจะต้องคำนึงถึงความสะดวกเข้าใช้งานของผู้ประกอบการ (ผู้ซื้อ ผู้ขาย) เป็นส่วนสำคัญและสามารถเป็นตัวชี้วัดการเข้ามาใช้งานในอนาคตของแพลตฟอร์มดังกล่าว
8. เสนอให้มีการประชาสัมพันธ์แบบ Success Full Case / PR pack สำหรับผู้ประกอบการที่ได้ Business matching ที่มีการติดต่อกับผู้ประกอบการรายใหญ่ ในต่างประเทศ เพื่อดึงดูดให้ผู้ซื้อ ผู้ขายได้เห็นผลลัพธ์ของการใช้เว็บไซต์ Thaitrade เป็นสื่อกลางในการทำธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จได้จริง ขายสินค้าได้จริง

9. การทำ One Stop Service สำหรับผู้ที่เข้ามาใช้เว็บไซต์หรือแพลตฟอร์ม โดยตอบทุกคำถาม รายชื่อลูกค้าต่างประเทศ การขอใบอนุญาตกลุ่มประเทศต่างๆ รวมถึงการแชร์ข้อมูลการติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการในประเทศ ต่างประเทศ ถ้ามีข้อมูลมี Success case ที่เห็นผลทำให้ผู้ประกอบการในประเทศอยากที่จะขายสินค้าอยู่แล้วไม่ว่าจะช่องทางไหนก็ตาม

4.3.2 ผลการศึกษาเชิงปริมาณ (เบื้องต้น)

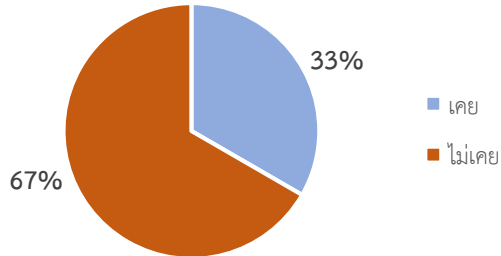
สรท. ได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านระบบ Google form เพื่อศึกษาในเชิงปริมาณ (เบื้องต้น) เกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มของการยกระดับการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นปัญหา อุปสรรค รวมถึงขีดความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการ มาปรับปรุงเป็นข้อเสนอแนะเชิงประจักษ์ ต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกระดับสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดังกล่าว และเป็นประโยชน์ต่อภาพรวมของประเทศมากที่สุด โดยสรท. ได้รับความอนุเคราะห์จากทางกรมส่งเสริมฯ ในการเผยแพร่แบบสอบถามออนไลน์ไปยังผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิก Thaitrade.com ซึ่งมีจำนวนมาก แต่ทั้งนี้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา จึงได้รับการตอบกลับแบบสอบถามมาทั้งหมดจากบริษัท 27 บริษัท จึงมีรายละเอียดผลการศึกษาเบื้องต้น ดังนี้

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม : 27 บริษัท

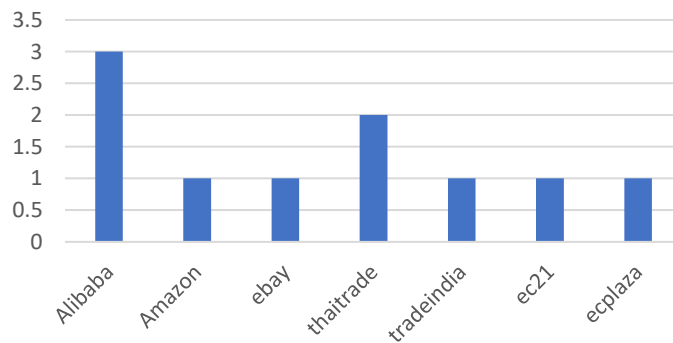
กลุ่มสินค้า	การขายสินค้าออนไลน์	จำนวนบริษัท
กลุ่มเกษตร / เกษตรแปรรูป	เคย	3
	ไม่เคย	5
กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป / ผัก ผลไม้สดและแปรรูป / ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป)	เคย	1
	ไม่เคย	3
กลุ่มเฟอร์นิเจอร์	ไม่เคย	2
เครื่องปั้นดินเผา, ภาชนะบนโต๊ะอาหาร และของแต่งบ้าน	เคย	1
กลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	ไม่เคย	1
อะไหล่รถยนต์	เคย	1
แร่แบไรต์	ไม่เคย	1
กลุ่มอัญมณี และเครื่องประดับ	ไม่เคย	1
ชิ้นส่วนยานยนต์	เคย	1
สมุนไพร / ของใช้ส่วนบุคคล	ไม่เคย	1
ผลิตภัณฑ์นาโนเทคโนโลยีป้องกันละอากัดกลิ่นแบคทีเรีย	ไม่เคย	1
กลุ่มแฟชั่น / เครื่องแต่งกาย	ไม่เคย	1
สุขภาพและความงาม	ไม่เคย	1
กลุ่มพลังงาน (เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์ยางเคมีภัณฑ์)	เคย	1
เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	ไม่เคย	1
กลุ่มวัสดุก่อสร้าง	เคย	1
Grand Total		27

ส่วนที่ 1 การเข้าสู่ตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในฐานะผู้ขาย

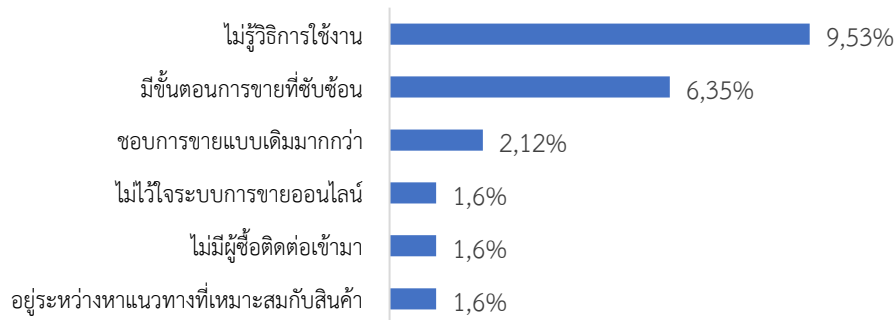
1. จำนวนผู้ที่เคย/ไม่เคยขายสินค้าออนไลน์ไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศ



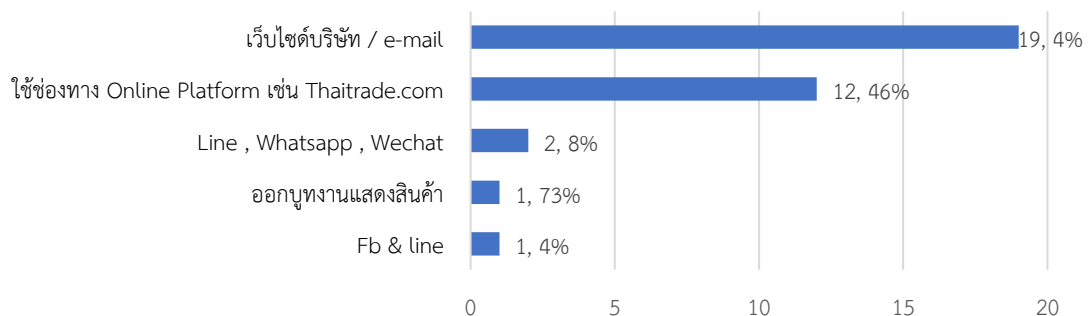
1.1 ในกรณีของผู้ที่ “เคย” ใช้ได้ใช้ผ่านช่องทางหรือเว็บไซต์ดังกล่าว (จากผู้ตอบจำนวน 9 คน)



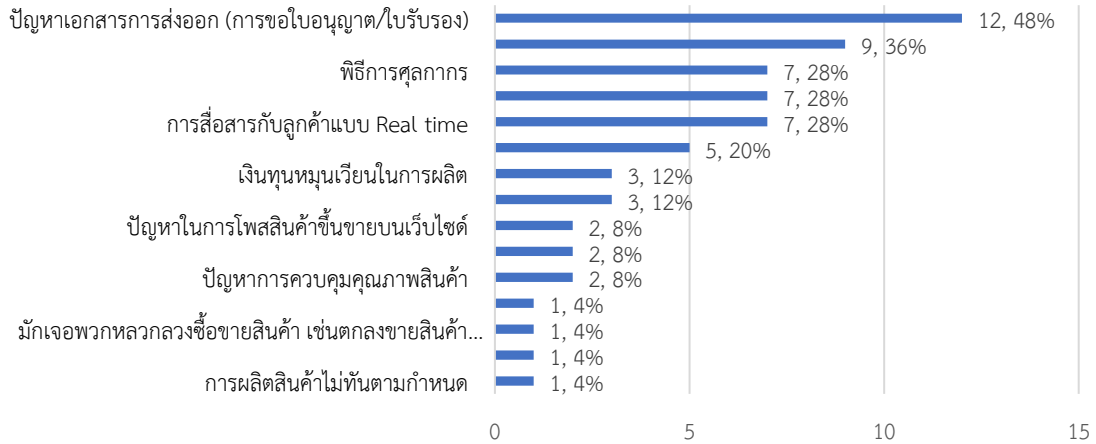
1.2 ในกรณีของผู้ที่ “ไม่เคย” ขายสินค้าออนไลน์มีสาเหตุเนื่องมาจาก (จากผู้ตอบจำนวน 17 คน)



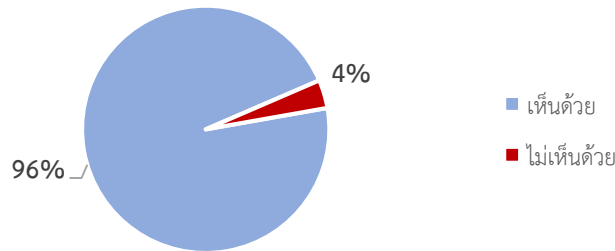
2. การใช้ช่องทางในการติดต่อกับลูกค้า (จากผู้ตอบจำนวน 26 คน)



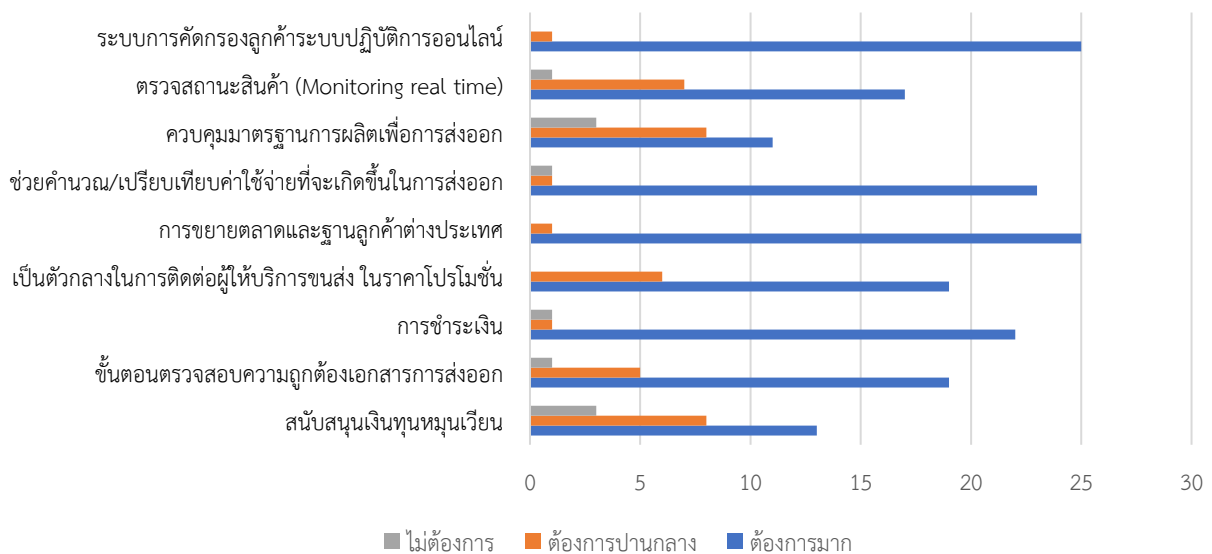
3. ปัญหาและอุปสรรคต่อการขายสินค้าออนไลน์ไปยังต่างประเทศ (จากผู้ตอบจำนวน 25 คน)



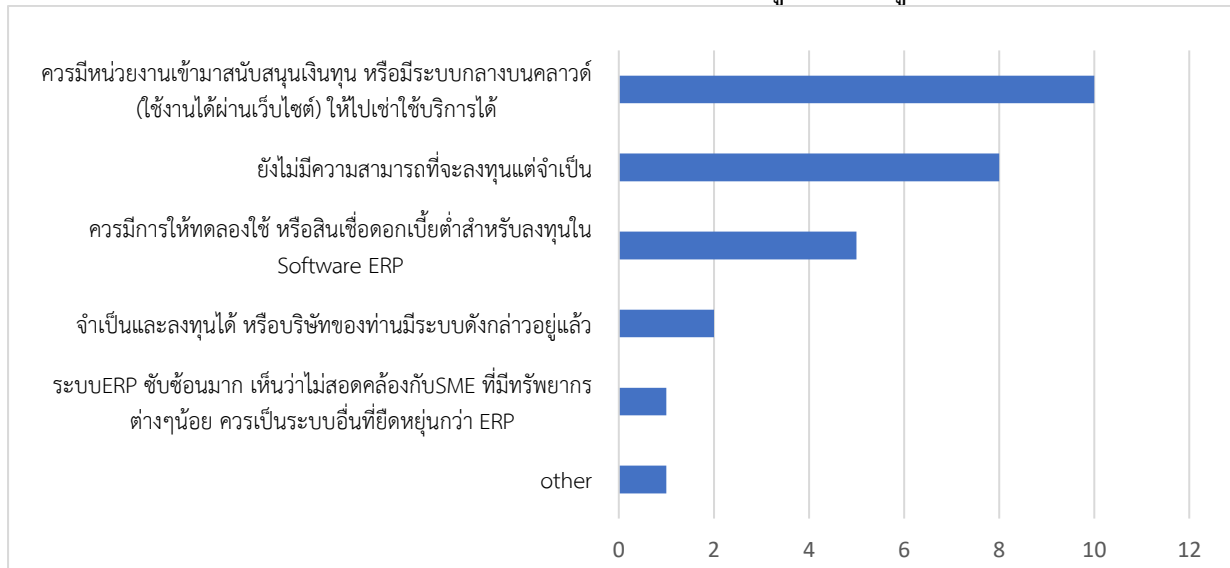
4. ความคิดเห็นในการมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศ



5. ในกรณีที่ “เห็นด้วย” อยากได้รับการให้บริการจากระบบปฏิบัติการกลาง ในด้านต่อไปนี้ เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าออนไลน์

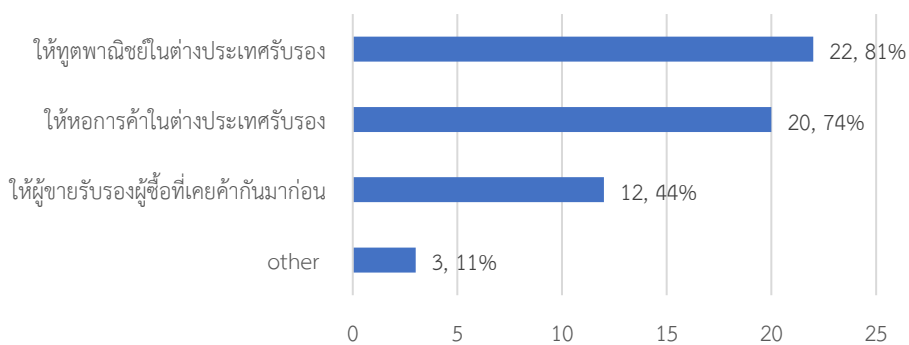


6. ความคิดเห็นต่อความจำเป็นและความพร้อมในการลงทุนในระบบ การขายสินค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์ ที่อาจมีความจำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ขายซึ่งเป็นระบบของบริษัทท่าน เช่น ระบบการจัดการสินค้าคงคลัง หรือระบบวางแผนทรัพยากรวิสาหกิจ เข้ากับแพลตฟอร์มฯ เพื่ออัปเดตข้อมูลแก่บริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศแบบทันที



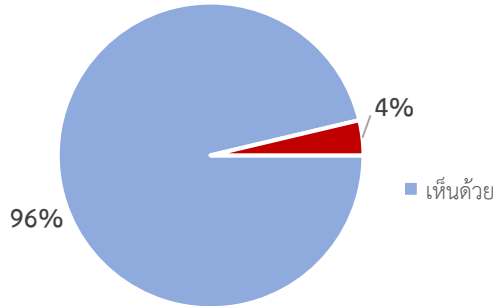
ความคิดเห็นเพิ่มเติม : ผู้ประกอบการบางราย ให้ความเห็นว่า ระบบวางแผนทรัพยากรวิสาหกิจหรืออีอาร์พี อาจไม่จำเป็น เพราะส่วนใหญ่ลูกค้าสั่งผลิต และมีการกำหนดคุณสมบัติของสินค้าอื่นๆ เพิ่มเติม ประกอบกับต้องรอความพร้อมในการผลิตด้วย นอกจากนี้การไปผูกกับสินค้าคงคลังจะเป็นการยุ่งยากในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง เพราะไม่ได้มีช่องทางเดียวในการขาย ระบบนี้อาจเป็นประโยชน์ สำหรับสินค้าสำเร็จรูปและสินค้าขายปลีกเท่านั้นและต้องมีการให้คะแนนในด้านการส่งของด้วย เช่น มีของพร้อม แล้วจัดส่งได้เลยจะได้คะแนนดี แต่ในภาพรวมสำหรับ B2B ยังไม่เห็นด้วย เนื่องจากผู้ขายบางรายที่เน้นเฉพาะการผลิตตามสั่ง (made to order) จะถูกเปรียบเทียบได้

7. ความเห็นในกรณีหากจะมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของบริษัทไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศ ใครควรเป็นผู้รับรองหรือตรวจสอบว่า ผู้ซื้อมีตัวตนอยู่จริง (Know Your Customer: KYC Buyer)



ความคิดเห็นเพิ่มเติม : ให้เจ้าของเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มรับรอง, ผู้รับรองต้องขึ้นเครื่องหมายว่าหน่วยงานไหนเป็นผู้รับรอง, ควรระบุเวลาของข้อมูลจากแต่ละแหล่งที่มาให้ชัดเจน เพื่อประกอบการพิจารณาว่าข้อมูลใดน่าเชื่อถือมากกว่ากันและมีการอัปเดตข้อมูลหรือไม่

8. แนวความคิดที่ว่าหาก “แพลตฟอร์มกลาง” จะช่วยแจ้งให้ “ผู้ขาย” ทราบถึงการเตรียมเอกสารประกอบการส่งออกที่จำเป็นและสอดคล้องกับกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าของประเทศนั้น เพื่อให้ “ผู้ขาย” สามารถจัดเตรียมได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน เช่น ใบรับรองการนำเข้า ฯลฯ

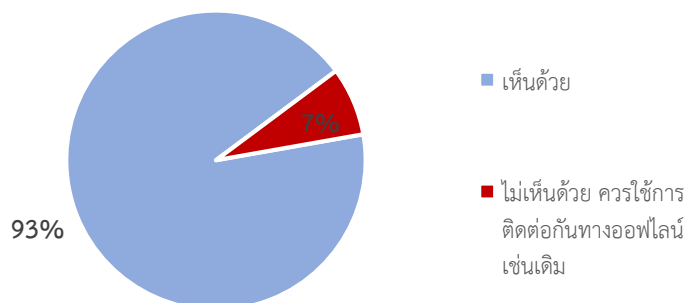


“เห็นด้วย” เพราะ

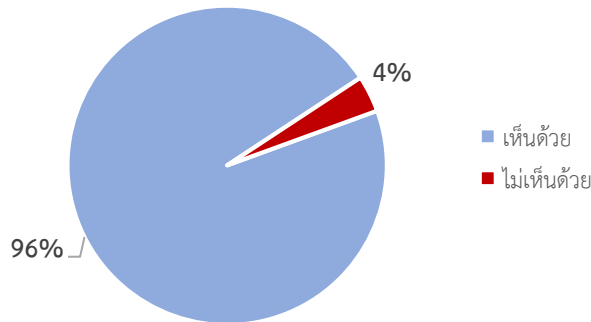
1. ลดการเกิดปัญหาเรื่องเอกสาร ทำให้สินค้าไม่สามารถออกจากที่พักสินค้าได้
2. ขั้นตอนและกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าแต่ละประเทศ และแต่ละประเภทสินค้ามีความแตกต่างกัน ระบบควรวัดหยุ่นให้เหมาะสมกับประเภทสินค้า และการช่วยแจ้งเตือนผู้ขายเรื่องเอกสารประกอบตั้งแต่เริ่มต้น จะช่วยลดปัญหาการเกิดข้อผิดพลาดระหว่างการขนส่งลงได้ ทั้งในด้านปริมาณการสั่งซื้อก็มีผลให้ความจำเป็นของเอกสารแตกต่างกันได้
3. เป็นการช่วยทำให้ข้อมูลถูกต้องชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้
4. ทางผู้ส่งออกอาจไม่คุ้นเคยกับกฎระเบียบในการนำเข้า และอาจทำให้สินค้าถูกตีกลับประเทศ ซึ่งเสียหายทั้งชื่อเสียงประเทศและผู้ส่งออก
5. สามารถช่วยลดข้อผิดพลาดทางด้านเอกสารลงได้
6. เพื่อลดการถูกตีคืนสินค้า และเพิ่มการทำงานได้อย่างรวดเร็ว

ส่วนที่ 2 การบริการที่สนับสนุนด้านการเงิน และระบบการชำระเงินออนไลน์

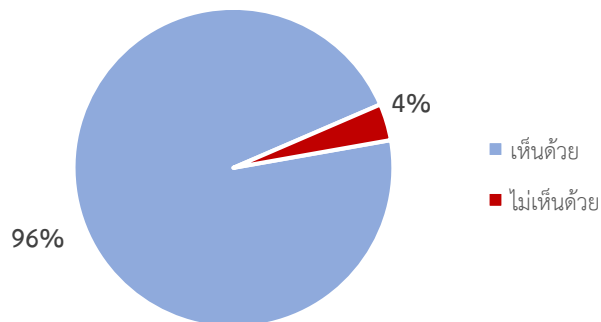
1. ความคิดเห็นต่อการใช้พื้นที่บนแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อกำหนดวิธีการชำระเงินระหว่างบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศและบริษัทผู้ขาย เช่น Advance payment (T/T), Open Account (O/A), Documentary Bill for Collection (D/P, D/A), Letter of Credit (L/C) เป็นต้น



2. ความคิดเห็นต่อการที่ธนาคารปล่อยเงินทุนหมุนเวียนให้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์ม

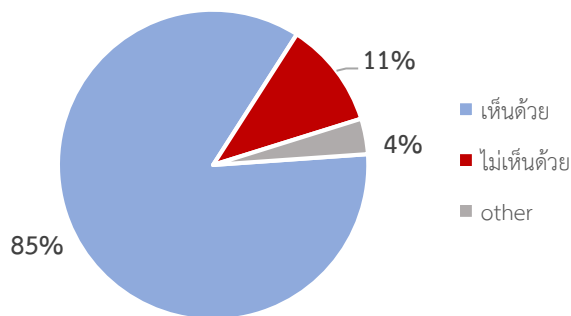


3. ความคิดเห็นเมื่อหากธนาคารเสนอให้มีการเปิด Letter of Credit: LC พร้อมการทำประกันความเสี่ยงด้านการชำระหนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการ (SMEs)



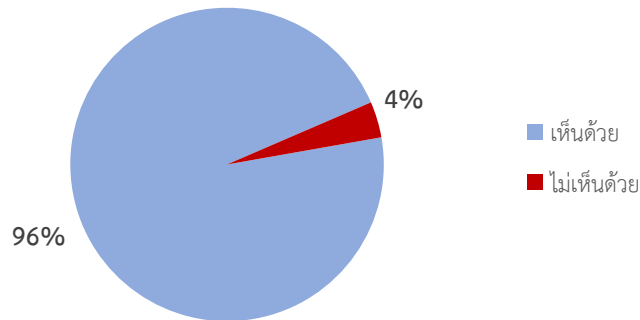
ส่วนที่ 3 การใช้บริการด้านโลจิสติกส์ผ่านรูปแบบออนไลน์

1. ความคิดเห็นว่า แพลตฟอร์มฯ ควรเชื่อมโยงเข้ากับ National Single Window: NSW ของกรมศุลกากร เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของใบอนุญาตและขั้นตอนพิธีการศุลกากรทั้งหมด



“เห็นด้วย” เพราะมองว่า จะทำให้สะดวกและชัดเจนกับระบบเอกสารการส่งออก รวมถึงจะได้ไม่เกิดความผิดพลาดทางด้านภาษีและด้านอื่นๆ ในขณะที่ผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วยหรือไม่นั้นเนื่องจากยังไม่มีคำแนะนำชัดว่า การเชื่อมเข้ากับ NSW นั้นจะเพิ่มหรือลดภาระงาน

2. ความคิดเห็นต่อการที่ "ผู้ซื้อและผู้ขาย" สามารถเข้ามาเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ได้ในแพลตฟอร์มออนไลน์ และสามารถเปรียบเทียบราคาการขนส่งสินค้าของแต่ละบริษัทผู้ให้บริการฯ ได้



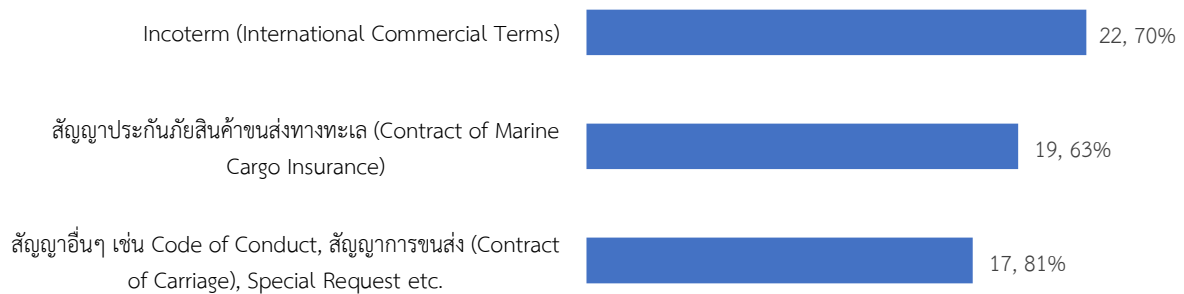
“เห็นด้วย” เพราะ 1. ทำให้สามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้น 2. ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกวิธีการขนส่งและราคาที่ใช้ต้องการได้เอง 3. สามารถช่วยลดความซับซ้อนในการขนส่งไปต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม : ควรเพิ่มมาตรการในการตรวจสอบ LSP รวมถึงควรมีทะเบียน LSP เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถให้คะแนน LSP เพื่อเป็นการจูงใจทางตลาด ในขณะที่ ผู้ที่ “ไม่เห็นด้วย” เสนอว่าการเปรียบเทียบเฉพาะราคานั้นจะทำให้บริการแยกลง ยกเว้นจะมีการให้คะแนนควบคู่ไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ที่ “เห็นด้วย”

3. กิจกรรมโลจิสติกส์ (logistic activity) ที่ควรให้มีบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ผู้ประกอบการให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ดังนี้ ทุกระบบการขนส่งที่ควรสนับสนุนให้มีบริการผ่านแพลตฟอร์ม ไม่ว่าจะเป็น Customer Service, Order Processing, Inventory Management, Reverse Logistics, Purchasing, การเปรียบเทียบของผู้ให้บริการการขนส่ง ทางด้านราคา, การติดตามสถานะขนส่ง, การประกันสินค้า, การจัดการเอกสาร เป็นต้น

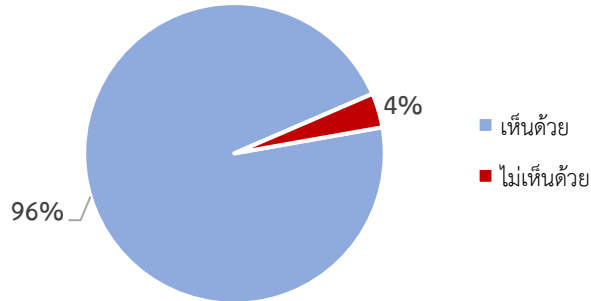
ส่วนที่ 4 การเจรจาต่อรองเงื่อนไขการค้าระหว่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มฯ (International Sale Contract)

1. ความต้องการเงื่อนไขที่สามารถเจรจาต่อรองได้บนแพลตฟอร์มออนไลน์

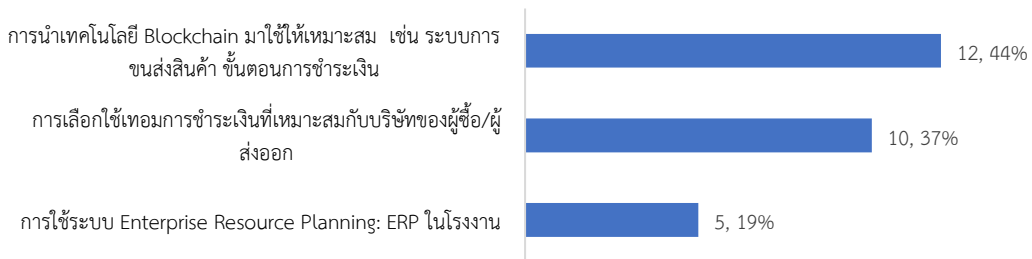


ส่วนที่ 5 การฝึกอบรมผู้ประกอบการที่ต้องการใช้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์

1. การอบรมผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ (ผู้ขาย/ผู้ส่งออก) เพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มออนไลน์



2. ขั้นตอนใดของการขายสินค้าออนไลน์แบบธุรกิจกับธุรกิจ ที่ควรมีการอบรมก่อนสำหรับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด



ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ (เพิ่มเติม) ในการพิจารณาจัดทำแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจในอนาคต

1. แพลตฟอร์มควรเชื่อมโยงผู้ประกอบการภายในประเทศกับต่างประเทศ อย่างยุติธรรม
2. เลือกดูตัวอย่างของแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จแล้วในปัจจุบันเป็นหลัก เช่น Alibaba , Lazada , Shopee เพื่อนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับผู้ประกอบการไทย
3. ควรศึกษาการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ให้เหมาะสมและการทำอย่างจริงจังเพื่อให้โครงการบรรลุผลและสามารถแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้
4. ควรเปิดแพลตฟอร์มทั้งในรูปแบบค้าปลีก เช่น amazon และควรมีช่องทางให้ทำ Web สำเร็จรูปของบริษัท เช่น Inwshop หรือเว็บสำเร็จรูปแบบอื่นๆ มากกว่าการค้าขายแบบเดิม รวมถึงการนำระบบจัดการอื่นที่สะดวกและประหยัดกว่า ERP มาใช้ จะได้ไม่สิ้นเปลืองงบประมาณโดยไม่จำเป็นและเป็นประโยชน์กับ SME ในการใช้งานมากกว่า เช่น บริษัท Trader หรือบริษัท IT ที่มีลิขสิทธิ์ ERP อยู่แล้ว
5. ควรมีการตรวจสอบคุณสมบัติผู้ที่จะสมัครเป็นสมาชิกให้ละเอียด (KYC) เพื่อป้องกันการหลอกลวงการทำธุรกิจแบบ B2B เนื่องจากเป็นการค้าขายที่ไม่เห็นหน้าของผู้ซื้อ ไม่ได้มีการเจรจาซึ่งหน้าทำให้การประเมินความน่าเชื่อถือต้องมีความปลอดภัยมากระดับหนึ่ง
6. ควรเปิดให้ผู้สนใจเข้ามาทดลองใช้งานในแพลตฟอร์มให้ได้ก่อน อย่างน้อยให้เห็นผลสำเร็จก่อนระยะหนึ่ง จากนั้นจึงค่อยแนะนำเรื่องอื่นๆ ที่อาจจะต้องการลงทุนและเสียค่าใช้จ่ายส่วนต่างๆ เพิ่มเติม
7. ผู้ซื้อ ที่จะทำการเจรจาซื้อขายได้ในระบบควรจะต้องมีการสมัครเพื่อยืนยันตัวตนและมีเอกสารบริษัทที่ชัดเจน
8. วัตถุประสงค์หลักของแพลตฟอร์มนี้อาจเพื่อทำให้สินค้าไทยไปสู่ตลาดโลกได้เยอะขึ้น ควรจะเน้นไปที่การพัฒนาผู้ขายสินค้า และการบริการ ให้ดีขึ้น

5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและปฏิบัติการ

5.1 ข้อเสนอแนะของ สรท. ตามแนวทาง eTrade for all

คณะกรรมการ Digital Economy ของสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย ได้จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ครั้งที่ 1-3 เพื่อหารือเกี่ยวกับรูปแบบและแนวทางการดำเนินงาน ขอบเขต วัตถุประสงค์และข้อเสนอแนะต่อการจัดทำกรอบแนวคิดเชิงนโยบาย เพื่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ที่ประชุมได้มีการแสดงความคิดเห็นและร่วมพิจารณาแบบจำลอง (model) แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ร่วมกับผลการศึกษาข้อกำหนดในเชิงปฏิบัติที่เกี่ยวกับมาตรฐานการทำธุรกรรมบนระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นบรรทัดฐานใหม่ของการค้าระหว่างประเทศที่ UNCTAD ได้นำเสนอไว้ (eTrade for all online platform) ได้เป็นข้อสรุปเกี่ยวกับแนวคิดและแนวทางการปฏิบัติของประเทศไทย ในการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ เพื่อให้ได้แพลตฟอร์มที่มีมาตรฐานสากล

กรอบนโยบาย ตามแนวคิด eTrade for all online platform ประกอบไปด้วย 1) การประเมินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce assessments) 2) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT infrastructure) 3) ระบบการชำระเงิน (payment system) 4) โลจิสติกส์การค้าระหว่างประเทศ (trade logistics) 5) กรอบกฎหมายและข้อบังคับ (legal and regulatory framework) 6) การพัฒนาทักษะ (skill development) และ 7) การจัดหาเงินทุนสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (financing for e-commerce) โดยข้อสรุปที่ได้จากการหารือในที่ประชุม คณะกรรมการ Digital Economy สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทยที่ผ่านมา มีข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกับแนวคิด eTrade for all online platform ในแต่ละประเด็น ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2: ข้อเสนอแนะของ สรท. ตามแนวทาง eTrade for all

กรอบนโยบายที่ 1: การประเมินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	
การประเมินความพร้อมด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายในประเทศ เพื่อระบุโอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยเปรียบเทียบกับแนวทางสากล เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาในแต่ละด้านต่อไป	
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง : • กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์	
ข้อค้นพบหลัก	ข้อเสนอแนะหลัก
<ul style="list-style-type: none"> • ภาครัฐและภาคเอกชนของไทยจำนวนมาก ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานจากต้นจนถึงปลาย อีกทั้งไม่ได้กำหนดให้การดำเนินการกระบวนการทางธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นพันธกิจหลักขององค์กร ส่งผลให้มีความล่าช้าในการปรับปรุงระบบในองค์กรรวมของประเทศ • ประเทศไทยจำเป็นต้องวิเคราะห์สถานการณ์ และช่องว่าง (gap analysis) เกี่ยวกับการจัดการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เปรียบเทียบกับมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานของศูนย์สหประชาชาติเพื่อการอำนวยความสะดวกด้านการค้าและธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์และควรวินิจฉัยอย่างต่อเนื่อง • การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐหรือภาคเอกชน ในการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจยังคงมีอยู่จำกัด เฉพาะในกลุ่มองค์กรหรือกลุ่มบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ขาดมุมมองเพื่อการพัฒนาที่รอบด้าน และการขับเคลื่อนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจทำได้ช้า 	<ul style="list-style-type: none"> • สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ควรร่วมกันจัดทำดัชนีชี้วัดความสามารถด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อวัดความพร้อมของผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ โดยศึกษาข้อมูลจากมาตรฐานสากล UN/CEFACT เช่น รหัสสถานที่เพื่อการค้าและการขนส่ง UN/LOCODE / การพัฒนา Core Component Library (CCL) ที่เป็นฐานของการทำรายการข้อมูลมาตรฐาน (data harmonization) รวมถึงประเมินความพร้อมด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาคอุตสาหกรรม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจที่ยั่งยืน ภายใต้การกำกับดูแลภาครัฐ (Good Governance) • กระทรวงพาณิชย์ควรจัดกิจกรรมให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ แก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เช่น การนำเสนอแนวทางเพื่อการพัฒนาความก้าวหน้าของการพัฒนาแพลตฟอร์ม แพลตฟอร์มทางเลือกเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง หรือกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น เพื่อให้เกิดการรับรู้ ปรับพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การกำหนดแผนการปฏิบัติงานทั้งในระดับประเทศ ระดับองค์กร และระดับธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน • ภาครัฐ เช่น กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ควรสนับสนุน และจัดสรรงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ เพื่อเป็นต้นแบบให้กลุ่มสินค้าหรือบริการที่ต้องการพัฒนาแพลตฟอร์มร่วมกันตามแนวทางของภาครัฐ เพื่อรองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน

<p>แบบธุรกิจกับธุรกิจ และกำหนดให้มีกิจกรรมส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจที่สมบูรณ์</p>	
<p>กรอบนโยบายที่ 2: โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้ทันสมัย และสอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป จากช่องทางการค้าระหว่างประเทศในรูปแบบเดิม</p>	
<p>ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม</p>	
<p>ข้อค้นพบหลัก</p>	<p>ข้อเสนอแนะหลัก</p>
<ul style="list-style-type: none"> • โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้เกิดอุปสรรคต่อการพัฒนาให้เป็นดิจิทัล หรือดิจิทัลไอซ์เซชัน (digitalization) แบบห่วงโซ่อุปทานจากต้นจนจบ โดยเฉพาะพื้นที่การเกษตรและผู้ซื้อรายย่อยจำนวนมากที่อยู่ห่างไกล ทำให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ชุมชนเมือง • ความไม่ไว้วางใจต่อเครื่องบริการอินเทอร์เน็ตที่มีความมั่นคง (secure internet servers) ยังเป็นความท้าทายสำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะผู้ซื้อและผู้ขายผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งด้านความปลอดภัยในการชำระเงินค่าสินค้า และความเสี่ยงในด้านข้อมูลส่วนบุคคล หรือข้อมูลธุรกิจที่อาจรั่วไหล 	<ul style="list-style-type: none"> • กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกันได้ • กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ควรเร่งรัดการปฏิบัติตามแนวทางป้องกันโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศวิกฤต โดยเฉพาะกับระบบโครงสร้างพื้นฐานสำคัญ ทั้งในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคม และกลุ่มการขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความไว้วางใจต่อการใช้แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ
<p>กรอบนโยบายที่ 3: ระบบการชำระเงิน การสร้างความสะดวก รวดเร็ว และความไว้วางใจต่อการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ</p>	
<p>ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง: กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย และธนาคารพาณิชย์</p>	
<p>ข้อค้นพบหลัก</p>	<p>ข้อเสนอแนะหลัก</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ความไม่พร้อมของบุคลากรของภาคเอกชน ในการพัฒนาระบบการชำระเงินออนไลน์แบบธุรกิจกับธุรกิจ ทั้งในเรื่องของการพัฒนาระบบการชำระเงิน และการจัดการระบบสารสนเทศ • ระบบการชำระเงินผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ มีความซับซ้อน ในขั้นตอนการทำสัญญาซื้อขาย ซึ่งผู้ประกอบการต้องกำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้อง ไม่ขัดต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการปรับปรุงข้อกำหนดสำหรับการทำธุรกรรมแบบธุรกิจกับธุรกิจของธนาคารแห่งประเทศไทย ให้เหมาะสมกับรูปแบบการชำระเงินที่เปลี่ยนแปลงไป 	<ul style="list-style-type: none"> • กระทรวงการคลัง ควรมีแนวทางส่งเสริมให้ผู้ให้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั้งธนาคาร และไม่ใช้ธนาคาร (non-bank) เข้าร่วมการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ และแพลตฟอร์มควรรองรับการประกวดราคาคำสั่งซื้อสินค้า (P/O Bidding) ที่สามารถเชื่อมโยงกับธนาคาร เพื่อให้ธนาคารสามารถประกวดราคาและเสนอเงื่อนไขที่หลากหลายให้แก่ผู้ขาย ทำให้ผู้ขายได้รับประโยชน์สูงสุด • ธนาคารพาณิชย์ผู้ให้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรเชื่อมโยงข้อมูลด้านการชำระเงิน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ใช้บริการยืนยันข้อมูลการชำระเงินได้ผ่านระบบกลาง และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ในทุกขั้นตอน รวมถึงแพลตฟอร์มควรมีการเชื่อมโยงเข้ากับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีการพัฒนาการชำระเงินรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า กลุ่มเครือข่ายการชำระเงินอาเซียนต่อไป • ธนาคารแห่งประเทศไทยควรสนับสนุนการกำหนดมาตรฐานบล็อกเชนเพื่อสร้างมาตรฐานกลางของระบบการชำระเงินให้เทียบเท่าสากล และผลักดันให้ภาคเอกชนของไทย สามารถพัฒนาการเชื่อมต่อในระบบที่อยู่บนเทคโนโลยีบล็อกเชนให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความมั่นคงทางไซเบอร์ สำหรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันของธนาคารพาณิชย์ (ผู้ให้บริการ) และผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออก (ผู้ใช้บริการ) เช่น ข้อมูลการชำระเงินระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย การส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน หรือการชำระค่าส่งสินค้าไปยังผู้ให้บริการ เป็นต้น
<p>กรอบนโยบายที่ 4: โลจิสติกส์การค้าระหว่างประเทศ การพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อรองรับเคลื่อนย้ายสินค้าที่มีขนาดและปริมาณเล็กน้อย (small shipment) และความต้องการระบบการขออนุญาตนำเข้า-ส่งออก และการผ่านพิธีการศุลกากรที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูง</p>	
<p>ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง: กระทรวงคมนาคม กรมศุลกากร และคณะกรรมการพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ (กบส.)</p>	
<p>ข้อค้นพบหลัก</p>	<p>ข้อเสนอแนะหลัก</p>

- ผู้ขนส่งและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่มีการร่วมมือกับผู้ให้บริการซอฟต์แวร์และโซลูชัน ในการพัฒนาระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์หรืออีโลจิสติกส์ ทั้งในรูปแบบปกติและการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน เพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้า ด้านการเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และเพิ่มความมั่นคงทางไซเบอร์
- ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ขาดความพร้อมและทรัพยากรในการพัฒนาบริษัท ให้ก้าวไปสู่ระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์หรืออีโลจิสติกส์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ ต้องเลือกใช้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่จากต่างประเทศ เพื่อหลีกเลี่ยงต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูง ระยะเวลาการขนส่งที่อาจยาวนานกว่าปกติ และปัญหาอื่นๆ จากคุณภาพการบริการ
- ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของไทยยังไม่มีศักยภาพที่พร้อมในการให้บริการระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์หรืออีโลจิสติกส์ โดยเฉพาะการขนส่งข้ามพรมแดน แต่มีความเข้าใจในสภาพแวดล้อมท้องถิ่น ทำให้ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของไทย ยังคงมีความสำคัญต่อระบบการกระจายสินค้าภายในประเทศ ถึงแม้ในระยะยาว ผู้ให้บริการโลจิสติกส์จากต่างประเทศจะสามารถเรียนรู้ และดำเนินการกระจายสินค้าภายในประเทศได้
- กรมศุลกากรควรเร่งรัดการพัฒนาระบบ National Single Window ของไทยให้แล้วเสร็จและเป็นไปตามมาตรฐานการทำงานร่วมกัน (WCO Data Model และ UN/CEFACT Core Component Library) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างระบบกันได้ ทั้งภายในและระหว่างประเทศ และกำหนดมาตรฐานสอดคล้องกับธรรมเนียมปฏิบัติของไทย
- กรมศุลกากร ควรเร่งดำเนินการพัฒนาระบบการขออนุญาตส่งออก นำเข้า และการผ่านพิธีการศุลกากรให้เป็นในรูปแบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด และให้เชื่อมต่อกับระบบระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์หรืออียเอ็มเน็ต เพื่อจ่ายค่าธรรมเนียมได้ทันที
- กรมศุลกากรควรเร่งพัฒนาระบบกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งผ่านท่า หรือพีซีเอส ตามแนวทางการพัฒนา Maritime Single Window หรือ MSW ของ IMO โดยเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศทั้งระบบ โดยพัฒนาอยู่บนพื้นฐานของ Core Component Library (CCL) ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
- กระทรวงคมนาคมควรส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยรวมกลุ่มพัฒนาระบบอีโลจิสติกส์เพื่อให้บริการแบบครบวงจร สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่จากต่างประเทศ ผ่านแพลตฟอร์มกลางได้
- กรมศุลกากรควรสนับสนุน และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก และผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ได้รับการรับรองมาตรฐานศุลกากร หรือมาตรฐานโลจิสติกส์ระหว่างประเทศอื่น เช่น Authorized Economic Operators (AEO), Authorized Operator (AO), Known Consignor (KC) และ Regulated Agent (RA) เป็นต้น เพื่อการขนส่งสินค้าในระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนของผู้ประกอบการ ได้รับความสะดวกควบคู่ไปกับความไว้วางใจในความปลอดภัยของการขนส่งสินค้า
- คณะกรรมการพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ (กบส.) ควรผลักดันให้กรมศุลกากร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก พัฒนาและดำเนินการด้านการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศตามแนวทาง Framework of Standards on Cross-Border E-Commerce (June 2018) โดยมีรายละเอียดตามหลักการใน Luxor Resolution ที่รับรองเมื่อปี พ.ศ. 2560 ภายใต้ WCO
- หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานชายแดนหรือด่านศุลกากรควรพัฒนาแนวทางการประสานงานของหน่วยงานควบคุมชายแดนทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ให้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการชายแดนแบบประสานงาน (Coordinated Border Management: CBM) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานชายแดน/ด่านศุลกากร ในการนำข้อมูล NSW มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
- กรมศุลกากรควรทำระบบการติดตามสถานะการผ่านพิธีการศุลกากร (e-Tracking) ระบบบริการของ 3 กรมภาษี (Tax Single Sign On: SSO) และระบบบัญชีราคาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (e-Invoice) ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมถึงส่งเสริมการพัฒนา Real time services API ในระบบการขนส่งสินค้า

กรอบนโยบายที่ 5: กรอบกฎหมายและข้อบังคับ
 การปรับปรุงด้านกฎระเบียบเพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับทั้งผู้ขายและผู้บริโภคในการค้าผ่านระบบออนไลน์ที่ทั้งสองฝ่ายไม่มีโอกาสได้พบปะพูดคุยกันเหมือนในอดีต

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงาน คณะกรรมการพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ (กบส.) กรมศุลกากร สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

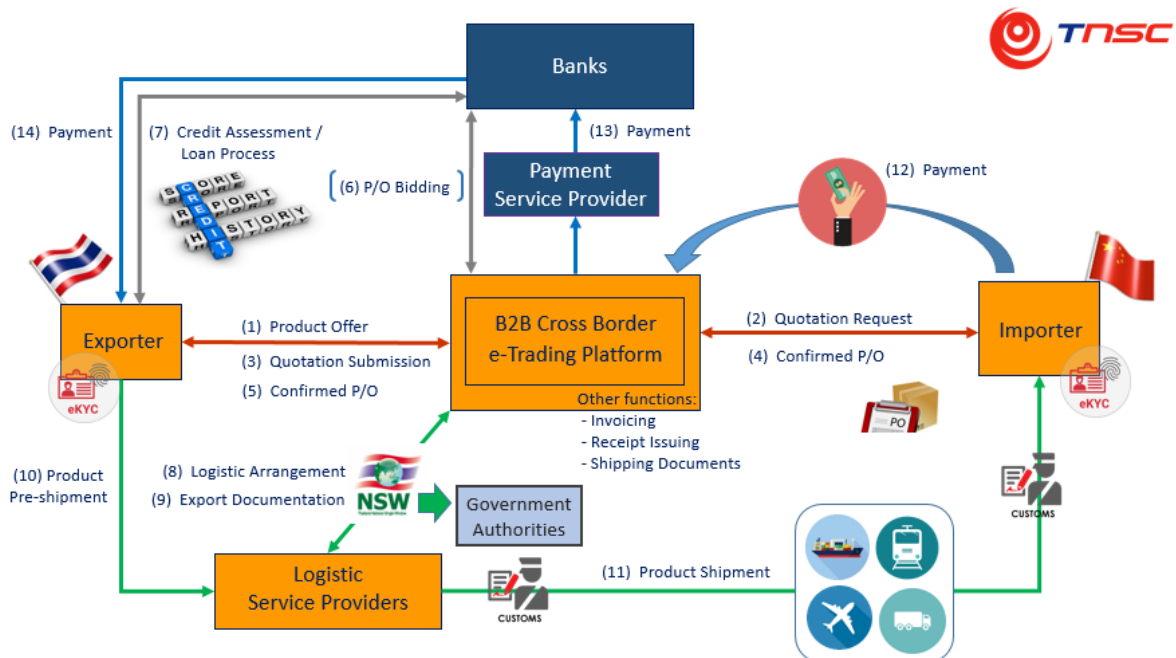
ข้อค้นพบหลัก	ข้อเสนอแนะหลัก
● กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ e-Trading ของประเทศไทย ยังคงเป็นกฎหมายที่ออกแบบสำหรับใช้ใน Traditional Trade ซึ่งทำให้เกิดปัญหาเมื่อมีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการปฏิบัติงาน อาทิ	● หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงาน กรมศุลกากร ควรปรับปรุงแก้ไขกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์ให้สอดคล้องการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบ

<p>ความล่าช้าในการใช้งานระบบ National Single Window (NSW) จึงจำเป็นต้องมีการปฏิรูปขั้นตอนการดำเนินงานและกฎหมายให้สอดคล้องกับขั้นตอนปฏิบัติที่เปลี่ยนแปลงไป</p> <ul style="list-style-type: none"> ประเทศไทยยังไม่ได้มีมาตรฐานของระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่สอดคล้องกับสากลทั้งหมด และจำเป็นต้องเร่งดำเนินการในหลายส่วน อาทิ การกำหนดรหัสสถานที่ของประเทศไทยที่ยังใช้ไม่ตรงกับมาตรฐาน UN/LOCODE ภายใต้ UN/CEFACT เป็นต้น 	<p>ธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. ๒๕๔๒ (พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว , 2542) พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 (พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม, 2540) พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560 (พระราชบัญญัติศุลกากร, 2560) พิธีการศุลกากรว่าด้วยการผ่านแดน (พระราชบัญญัติศุลกากร, พิธีการศุลกากรว่าด้วยการผ่านแดน, 2560) เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> คณะกรรมการพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ (กบส.) ควรต้องเร่งปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน (workflow) การทำงานของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการค้าและโลจิสติกส์ระหว่างประเทศเพื่อรองรับธุรกรรมในระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน โดยอ้างอิงมาตรฐานสากล อาทิ UN/CEFACT หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมศุลกากร ควรปฏิรูปกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศให้สอดคล้องกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะกฎหมายของหน่วยงานที่เชื่อมต่อกับระบบ NSW ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องภายใต้ระบบที่พัฒนาขึ้นใหม่ อาทิ การปรับปรุงระบบการออกใบอนุญาตและใบรับรองก่อนหน้าการส่งออก และให้ดำเนินการเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การออกใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับตรวจสอบก่อนการส่งออกสินค้าเกษตร เป็นต้น สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ควรศึกษากฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป หรือ GDPR และเตรียมความพร้อมให้กับภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมของไทยเพื่อปฏิบัติตาม
<p>กรอบนโยบายที่ 6: การพัฒนาทักษะ การพัฒนาความสามารถให้กับบุคลากรในระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งรวมไปถึงผู้ประกอบการและผู้บริโภค</p>	
<p>ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกระทรวงแรงงาน</p>	
<p>ข้อค้นพบหลัก</p>	<p>ข้อเสนอแนะหลัก</p>
<ul style="list-style-type: none"> ตลาดแรงงานของประเทศไทยขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีความสามารถทางด้านภาษาในการประสานงานกับคู่ค้าในต่างประเทศ โดยเฉพาะเมื่อมีข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการขาดความเข้าใจในการปรับตัวไปสู่การพัฒนาให้เป็นดิจิทัลหรือดิจิทัลไฮเซชัน เพื่อรองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 	<ul style="list-style-type: none"> กระทรวงพาณิชย์ควรร่วมมือกับภาคเอกชนผู้มีความรู้ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนเพื่อสร้างและจัดฝึกอบรมหลักสูตรการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแก่ผู้ประกอบการ ที่ครอบคลุม e-Market Place, e-Logistics, e-Payment Solution , Mobile & Cashless payment solutions เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจความแตกต่างของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการทำงานรูปแบบเดิม และสามารถปรับกระบวนการทำงานและเทคโนโลยีให้เหมาะสม รวมถึงเป็นการสร้างแรงจูงใจให้แก่คนรุ่นใหม่เข้ามาช่วยพัฒนา และเร่งรัดให้มีหลักสูตรด้าน IT สอดแทรกไปในทุกสายอาชีพ กระทรวงพาณิชย์ควรจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษา และสร้างเครือข่ายหรือชุมชนผู้ประกอบการ ตลอดจนสร้างต้นแบบ/กรณีศึกษาการปรับตัวไปสู่การพัฒนาให้เป็นดิจิทัลหรือดิจิทัลไฮเซชัน ในลักษณะที่เลี้ยงน้องหรือบริการให้คำปรึกษาและถ่ายทอดองค์ความรู้ไปสู่ผู้ประกอบการรวมถึงการป้องกันและการแก้ปัญหาจากอาชญากรรมไซเบอร์ (cybercrime) ให้กับผู้ประกอบการ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรลงทุนจัดตั้งเคาน์เตอร์เซอวิสเพื่อให้บริการคำปรึกษาและเป็นต้นแบบการพัฒนาระบบไอทีให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อปรับใช้ในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในขั้นตอนการนำเข้าส่งออก และโลจิสติกส์ และเพื่อช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการด้านนาระบบไอทีมาใช้ โดยที่ไม่ต้องใช้บริการภายนอก (outsource) ในราคาที่สูงกว่า หรือไม่ต้องพัฒนาซอฟต์แวร์ด้วยตนเอง กระทรวงแรงงานควรเร่งปรับปรุงกฎหมายให้ครอบคลุมตลาดแรงงาน ยุค 4.0 เพื่อการกำหนดระบบสวัสดิการแห่งรัฐ ที่ทำการกำกับดูแลและคุ้มครองแรงงาน ควบคู่ไปกับการสร้างความเข้าใจแก่แรงงานทั้งในภาคการผลิตและบริการเรื่องการปรับตัวของตลาดแรงงานเมื่อมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาทดแทนแรงงาน ต้องมีการประเมินตนเอง

	อยู่ตลอดเวลา และส่งเสริมการจ้างงานสายอาชีพเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับตลาดแรงงานที่ทักษะเฉพาะทาง
กรอบนโยบายที่ 7: การจัดหาเงินทุนสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกทางด้านการเงินให้กับการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ	
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง: กระทรวงการคลัง	
ข้อค้นพบหลัก	ข้อเสนอแนะหลัก
<ul style="list-style-type: none"> การปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่การพัฒนาให้เป็นดิจิทัลหรือดิจิทัลไฮเซชัน จำเป็นต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งภาคการผลิตและภาคบริการในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความสามารถในการจ่ายคืนเงินกู้ 	<ul style="list-style-type: none"> ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณในแบบบูรณาการ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนและเพื่อให้สามารถใช้งบประมาณได้ตรงต่อความต้องการมากที่สุด อาทิ การร่วมกันดำเนินกิจกรรมหรือโครงการโดยมีแผนบูรณาการอย่างชัดเจน กระทรวงการคลังควรจัดสรรงบประมาณ/เงินกู้ ให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาให้เป็นดิจิทัลหรือดิจิทัลไฮเซชัน ภายใต้การกำกับดูแลและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด ทั้งในด้านเทคนิค เทคโนโลยี การบริหารความเสี่ยง และด้านการเงิน เพื่อให้สามารถใช้งบประมาณ/เงินกู้ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีความสามารถในการชำระคืน กระทรวงการคลังควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทุกขนาดเพิ่มการลงทุนด้านระบบอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ การหักค่าใช้จ่ายการพัฒนาองค์กรไปสู่การพัฒนาเป็นดิจิทัลหรือดิจิทัลไฮเซชันได้ 2 เท่า สำหรับองค์กรที่มีการจัดทำแผนพัฒนาและดำเนินการจริง เป็นต้น

5.2 การพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจเชิงปฏิบัติการ

การศึกษาขั้นตอนและกระบวนการใช้งานของแพลตฟอร์มระดับโลก เช่น กลุ่มอาลีบาบา (Alibaba) หรือแพลตฟอร์มการค้าของประเทศสิงคโปร์ เพื่อดูรายละเอียดขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ และเปรียบเทียบ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการสร้างแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนของประเทศไทย สรท.จึงแบ่งการดำเนินงานในเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาแพลตฟอร์มฯ ออกเป็น 3 ระยะ โดยมีรายละเอียดดังภาพประกอบที่ 8



ภาพประกอบที่ 8: แผนภาพแนวคิดการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ตามแนวทางของ สรท. ที่มา: (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, 2018)

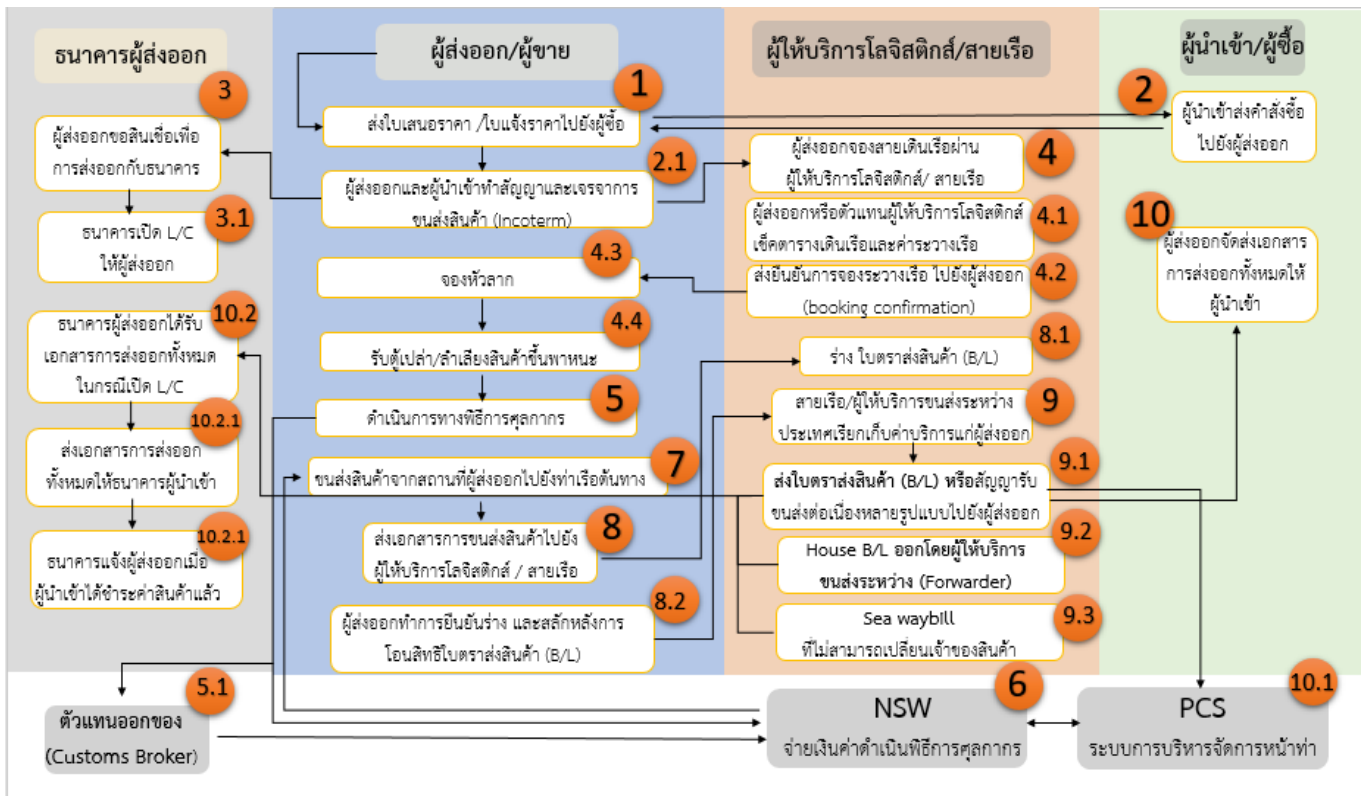
1.ระยะที่ 1 Online/ Offline (ส่วนกลาง) ส่วนของแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งออกหรือผู้ซื้อกับผู้นำเข้าหรือผู้ขายข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เริ่มต้นจากแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจที่อยู่ตรงกลาง ด้านซ้ายคือ ผู้ส่งออกหรือผู้ขายที่เข้ามาลงทะเบียนกับแพลตฟอร์มฯ และนำสินค้าของตนเองมาเสนอผ่านแพลตฟอร์มฯ (ขั้นตอนที่ 1) ด้านขวาคือ ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อที่เข้ามาลงทะเบียน และเลือกซื้อสินค้าที่ผู้ส่งออกหรือผู้ขายนำมาลงไว้ในแพลตฟอร์ม แต่เนื่องจากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อจึงต้องมีการดำเนินการเกี่ยวกับเอกสารเพิ่มเติมในเรื่องการขอใบเสนอราคา (quotation) (ขั้นตอนที่ 2 และ 3) โดยภายหลังการยืนยันใบเสนอราคาแล้ว ผู้ขายจะต้องออกใบสั่งซื้อสินค้า (Purchase Order: P/O) แก่ผู้ซื้อและมีการยืนยันใบสั่งซื้อสินค้านี้ร่วมกัน (ขั้นตอนที่ 4 และ 5) โดยหลังจากนั้น เป็นส่วนของการเตรียมการสินค้าและขนส่งสินค้า (ขั้นตอนที่ 8 และ 9) จะอยู่ที่ระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์หรืออีโลจิสติกส์ (e- logistics) ซึ่งจะต้องเชื่อมโยงกับระบบ NSW ต่อไปในระยะที่ 3

2.ระยะที่ 2 Online (ส่วนบน) ส่วนของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เดิมการชำระเงิน ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อจะชำระเงินผ่านทางช่องทางของธนาคาร (banking portal) ไปยังผู้ส่งออกหรือผู้ขาย ซึ่งจากแผนการพัฒนาระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเพย์เมนท์นี้ ได้แนะนำให้มีการปรับเปลี่ยนเป็นผู้ซื้อชำระเงินผ่านแพลตฟอร์มฯ (ขั้นตอนที่ 12) ก่อนจะส่งต่อการชำระเงินดังกล่าวไปยังผู้ขาย (ขั้นตอนที่ 13 และ 14) แพลตฟอร์มฯ จะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลการจ่ายเงินระหว่างประเทศฯ มีการชำระเงินที่ตรงกันหรือไม่ โดยร่วมมือกับผู้ให้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (payment service provider) มาเชื่อมต่อระหว่างแพลตฟอร์มฯ กับธนาคาร รวมถึงการมีการประกวดราคาค่าสั่งซื้อสินค้า (packing order bidding) ที่สามารถเชื่อมโยงกับธนาคารต่างๆ ได้ โดยเมื่อผู้ขายได้รับใบสั่งซื้อสินค้าจากผู้ซื้อแล้ว ทางธนาคารสามารถประกวดราคา และเสนอเงื่อนไขต่างๆ แก่ผู้ขาย ทำให้ผู้ขายสามารถเลือกธนาคารที่ตนเองได้ประโยชน์สูงสุด (ขั้นตอนที่ 6 และ 7) โดยในขั้นแรกของการเชื่อมโยงแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ด้านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ให้เน้นเรื่องการเชื่อมโยงกันระหว่างธนาคารภายในประเทศไทยก่อน หลังจากนั้นจึงจะดำเนินการเชื่อมต่อกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์กับต่างประเทศ

3.ระยะที่ 3 Online (ส่วนล่าง) ส่วนของระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ ภายหลังการดำเนินการเตรียมสินค้าและขนส่งสินค้าโดยผู้ขาย จะเป็นส่วนของระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์หรืออีโลจิสติกส์ (e-logistics) ซึ่งจะต้องเชื่อมโยงกับระบบ NSW (ขั้นตอนที่ 8 และ 9) ระบบการขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ดำเนินการได้โดย 1) ให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เพื่อพัฒนาระบบอีโลจิสติกส์ร่วมกับบนแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของสินค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เชื่อมโยงกับระบบ NSW ของกรมศุลกากร ได้อย่างสมบูรณ์ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการตรวจปล่อยสินค้า ก่อนส่งสินค้าไปต่างประเทศ (ขั้นตอนที่ 10 และ 11) 2) สร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมใช้แพลตฟอร์มฯ แก่ผู้ประกอบการ ด้วยการทำให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับ จากการปรับลดขั้นตอนด้านเอกสารด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบสนองความต้องการและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ แก่ผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะที่เป็นสมาชิก สรท.

5.3 ข้อเสนอแนะประกอบการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

นอกจากแผนภาพแนวคิดการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจข้างต้น สรท.ได้จัดทำแผนภาพแสดงลำดับขั้นตอน (flowchart: sub-model) เพื่อแสดงรายละเอียดลำดับขั้นตอนของการส่งออกแบบเดิม ที่จะนำมาพัฒนาความเชื่อมโยงเข้ากับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงในภาพประกอบที่ 9 โดยได้มีการแบ่งผู้ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันผ่านแพลตฟอร์มกลางเป็น 5 ส่วนหลัก ได้แก่ 1.ผู้ส่งออกหรือผู้ขาย 2.ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ 3. ธนาคาร 4.ผู้ให้บริการโลจิสติกส์และสายเรือ 5.หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง



ภาพประกอบที่ 9: แผนภาพแสดงลำดับขั้นตอนการส่งออกผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ตามแนวทางของ สรท.

ที่มา: (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, 2018)

ด้านข้อเสนอแนะในแต่ละส่วนจากผลการศึกษาเชิงวิจัย (เบื้องต้น) สรท.ได้รวบรวมข้อมูลจากความต้องการของผู้ประกอบการ (ผู้ส่งออก) ขนาดกลางและขนาดย่อมจากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะประกอบการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจให้ภาพชัดเจนยิ่งขึ้นว่า กิจกรรมการส่งออกใดบ้างที่ควรให้บริการหรือดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 ผู้ส่งออกหรือผู้ขาย

ผู้ส่งออกหรือผู้ขายจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกันกับเอกสาร หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องบนแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ในประเด็นต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 3 – ตารางที่ 5 ดังนี้

5.3.1.1 การขอใบอนุญาต / ใบรับรอง

ตารางที่ 3: หน่วยงานผู้รับผิดชอบในการออกใบรับรองมาตรฐานการส่งออก

หน่วยงาน	ใบอนุญาต / ใบรับรองมาตรฐานหลัก
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล
กรมศุลกากร	ใบอนุญาตนำเข้า/ส่งออก
กรมการค้าต่างประเทศ	ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า C/O, FORM A, FORM D, FORM E (จีน), GSTP, FTA
สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย / สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า C/O, รับรองเอกสารทั่วไปทางการค้า
กรมโรงงานอุตสาหกรรม	ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน

ตารางที่ 4: หน่วยงานผู้รับผิดชอบในการออกใบรับรองมาตรฐานรายการกลุ่มสินค้า

หน่วยงาน	ใบอนุญาต / ใบรับรอง (รายการกลุ่มสินค้า)	ประเภทสินค้า
กรมประมง (ปัจจุบันมีการขอใบอนุญาตและใบรับรองในรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ Fisheries Single Window (FSW) (ส่งออก-นำเข้า)	<ol style="list-style-type: none"> ใบอนุญาตนำเข้าสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ (DOF2) ใบแจ้งดำเนินการนำผ่านสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ (DOF6) ใบอนุญาตนำเข้าสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำผ่านราชอาณาจักร (DOF7) หนังสือกำกับการณ์จำหน่ายสัตว์น้ำนำเข้า (IMD) ใบแจ้งอนุมัตินำเข้าสัตว์หรือซากสัตว์เข้าและผ่านราชอาณาจักร (ร.6) ใบอนุญาตนำเข้าสัตว์หรือซากสัตว์เข้าในราชอาณาจักร (ร.7) ใบอนุญาตนำเข้าสัตว์หรือซากสัตว์ผ่านราชอาณาจักร (ร.8) ใบอนุญาตนำเข้าสัตว์หรือซากสัตว์ออกนอกราชอาณาจักร (ร.9) ใบอนุญาตให้นำเข้า ให้ส่งออก หรือให้นำผ่าน ตามมาตรา 23 หรือมาตรา 24 แห่งพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 ใบรับรองการนำปลาทุ่นชนิดครีบทะเลและผลิตภัณฑ์จากปลาทุ่นชนิดครีบทะเลเข้ามาในราชอาณาจักร ใบแจ้งข้อเท็จจริงของผู้นำเข้า หรือผู้ส่งออกซึ่งวัตถุดิบทราย 	อาหารทะเลสดและแปรรูป แบบแช่เย็นแช่แข็ง
กรมวิชาการเกษตร / สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช	<ol style="list-style-type: none"> ใบรับรองจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก (สินค้าเกษตรออกไปนอกราชอาณาจักร) ใบรับรองสุขอนามัยพืช หนังสือรับรองสารตกค้าง หนังสือรับรองการตรวจเชื้อจุลินทรีย์ Escherichia coli และ Salmonella 	สินค้าเกษตร/เกษตรแปรรูป สินค้าผัก และผลไม้
กรมปศุสัตว์ (สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์)	<ol style="list-style-type: none"> ใบรับรองสุขอนามัยสัตว์ ใบอนุญาตการนำเข้า ส่งออกสัตว์ซากสัตว์ หรือเคลื่อนย้ายสัตว์ ซากสัตว์ทั้งภายในประเทศและเคลื่อนย้ายออกต่างประเทศ 	สินค้าปศุสัตว์
การยางแห่งประเทศไทย	ใบอนุญาตค้ายางและใบอนุญาตเป็นผู้ส่งยางออกนอกราชอาณาจักร	ผลิตภัณฑ์ยาง
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม	จดทะเบียนผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ออกใบรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.)	สินค้าเกษตรแปรรูป/สินค้าอุตสาหกรรม
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) (นำเข้า)	หนังสือรับรองผลิตภัณฑ์ (Certificate of free sale)	สินค้าอาหารและยา
สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย	เครื่องหมายรับรองฮาลาลและใบรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาล	ผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ตารางที่ 5: หน่วยงานผู้รับผิดชอบในการออกใบขออนุญาต ด้านการขนส่งสินค้าข้ามพรมแดน

หน่วยงาน	ใบอนุญาต / ใบรับรอง (ด้านการขนส่งสินค้าข้ามพรมแดน)
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	<ul style="list-style-type: none"> จดทะเบียน Logistic Service providers (LSP) จดทะเบียน Freight forwarder
กรมการขนส่งทางบก	<ul style="list-style-type: none"> จดทะเบียนรถบรรทุกหัวลาก
กรมเจ้าท่า	<ul style="list-style-type: none"> จดทะเบียน Multimodal transport

หน่วยงาน	ใบอนุญาต / ใบรับรอง (ด้านการขนส่งสินค้าข้ามพรมแดน)
ผู้ส่งออก / บริษัทขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ / สายเรือ	<ul style="list-style-type: none"> ● Shipping instruction / Booking confirmation ● Packing List ● Invoice ● Bill of lading (B/L) ● Letter of Credit (L/C) ● ใบส่งปล่อยสินค้า (DO) ● ใบแจ้งปฏิบัติงานขนถ่ายและบรรทุกตู้สินค้า

โดยสรุป แพลตฟอร์มกลางทำหน้าที่เป็นตัวช่วยคัดกรองเอกสารที่เกี่ยวข้อง และจำเป็นต้องเชื่อมโยงเข้ากับแพลตฟอร์มกลาง โดยผู้ส่งออกหรือตัวแทนต้องเตรียมเอกสารประกอบที่สอดคล้องกับกฎระเบียบการส่งออกของไทย และเอกสารที่สอดคล้องกับกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าของประเทศปลายทาง เช่น การขอใบอนุญาตของแต่ละชนิดสินค้าที่จะส่งออก ใบรับรองสินค้าส่งออก เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกต่อผู้ประกอบการ และง่ายต่อการส่งผ่านข้อมูลระหว่างกันผ่านแพลตฟอร์มกลาง ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

5.3.1.2 การยกระดับกระบวนการผลิตสินค้า (ภาคอุตสาหกรรม)

กระบวนการผลิตสินค้า (ภาคอุตสาหกรรม) ของผู้ส่งออกหรือผู้ขาย มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมิชอพแวร์หรือระบบสำหรับประเมินสถานการณ์ เพื่อรองรับการซื้อขายสินค้าแบบออนไลน์ รวมถึงการตรวจสอบข้อมูล ปริมาณสินค้าคงคลังที่ถูกต้อง แม่นยำ ตามเวลาจริง (real time) ได้ตลอดเวลา เช่น การนำระบบวางแผนทรัพยากรวิสาหกิจหรืออีอาร์พี เชื่อมโยงเข้ากับแพลตฟอร์มกลางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เพื่อเป็นการรายงานข้อมูลของสินค้าในคลัง เมื่อมีคำสั่งซื้อเกิดขึ้น เพื่อให้ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ สามารถเห็นปริมาณสินค้าที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน และสามารถตัดสินใจสั่งซื้อได้ทันที โดยในคำสั่งซื้อสินค้า ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อสามารถเลือกรูปแบบการสั่งซื้อสินค้าและการตรวจสอบสถานะสินค้าคงคลังเมื่อมีคำสั่งซื้อเกิดขึ้น ดังนี้

- **กรณีที่ 1** ในกรณีที่ผู้ส่งออกหรือผู้ขายมีสินค้าคงคลัง ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อจะต้องรอการยืนยันสถานะการสั่งซื้อภายใน 24 ชั่วโมง
- **กรณีที่ 2** ในกรณีที่ผู้ส่งออกหรือผู้ขายไม่มีสินค้าคงคลังและต้องใช้ระยะเวลาในการผลิต ก่อนที่จะยืนยันคำสั่งซื้อ กับผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ ซึ่งผู้ส่งออกจะทำการกำหนดระยะเวลาส่งจนได้รับของ (leadtime) ในการผลิตไว้ที่แพลตฟอร์มฯ เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งนี้ การกำหนดระยะเวลาขึ้นอยู่กับความยากง่ายของการผลิต
- **กรณีที่ 3** ในกรณีที่ผู้ส่งออกหรือผู้ขายไม่มีสินค้าและไม่ผลิต แพลตฟอร์มฯ จะแจ้งข้อมูลแก่ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ ทั้งกรณีที่ 1 และ 2 ผู้ส่งออกหรือผู้ขายสามารถยืนยันการสั่งซื้อ (quotation submission) ผ่านแพลตฟอร์มฯ ได้ทันที เมื่อมีการสั่งซื้อจากผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ

ผู้ส่งออกหรือผู้ขายจำเป็นต้องลงทุนในระบบอีอาร์พี เพื่อลดความเสี่ยงจากการที่ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ มีคำสั่งซื้อและต้องการตรวจสอบข้อมูลปริมาณสินค้าคงคลังแบบทันที ตามเวลาจริง เมื่อต้องการจะสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์ม

5.3.1.3 การยกระดับกระบวนการผลิตสินค้าเกษตร

ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร มียุทธศาสตร์หลักในการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ (smart farmer) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรรุ่นใหม่ (เกษตรกร 4.0) ทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด การจัดการซัพพลายเชน ฯลฯ ซึ่งได้มีการตั้งเป้าหมายกรอบหลักสูตรมาตรฐานสินค้าเกษตรและการตลาดสากลให้แก่เกษตรกรรุ่นใหม่ที่ยุ่่น้อย (young smart farmer) เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การอบรมหลักสูตรมาตรฐานสินค้าเกษตรและการตลาดสากลจะช่วยยกระดับเกษตรกร 4.0 และการบริหารจัดการมาตรฐานสินค้าเกษตร รวมถึงเรื่องของการขอใบอนุญาตหรือใบรับรองสินค้าเกษตรสำหรับเกษตรกรรายย่อย ที่สามารถนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการเก็บข้อมูลในเชิงเกษตรกรรมและปศุสัตว์ รวมถึง

เชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ง่ายขึ้น เช่น การตรวจสอบข้อมูล และคัดกรองการขอเอกสารใบอนุญาต/ ใบรับรองสินค้าเกษตร ได้สะดวก ถูกต้องมากขึ้น

กรมส่งเสริมการเกษตรควรเร่งพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยฝึกอบรมหลักสูตร มาตรฐานสินค้าเกษตร และลงทุนในซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อรับรองการทำใบรับรอง อิเล็กทรอนิกส์ (e-certificate) เป็นการให้อำนวยความสะดวกให้กับเกษตรกรที่ต้องการยกระดับเป็นเกษตรกร 4.0 และมีความสนใจที่จะขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ ให้สามารถขอใบรับรองหรือเอกสารอื่นๆ ในรูปแบบ อิเล็กทรอนิกส์ ได้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น และสามารถเชื่อมโยงกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรกรรุ่นใหม่เข้าร่วมใน แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

5.3.1.4 การเชื่อมโยงขั้นตอนการการสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มระหว่างผู้ส่งออกหรือผู้ขายกับผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ

การค้าผ่านแพลตฟอร์มจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งออกหรือผู้ขายได้รับคำสั่งซื้อสินค้าจากผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อผ่านแพลตฟอร์ม กลาง โดยเมื่อได้รับคำสั่งซื้อแล้วผู้ส่งออกหรือผู้ขายจะทำการตรวจสอบจำนวนสินค้าคงคลังผ่านระบบ อีอาร์พีที่ เชื่อมโยงเข้ากับแพลตฟอร์มกลาง เพื่อทำเอกสารยื่นการสั่งซื้อสินค้า (quotation submission) ส่งกลับไปยังผู้นำเข้า หรือผู้ซื้อ เพื่อให้ผู้นำเข้ายืนยันคำสั่งซื้อ (confirmed P/O) ผ่านแพลตฟอร์มกลาง

ผู้ซื้อจะทำการส่งข้อมูลเอกสาร เช่น ใบรับรองหรือใบอนุญาตการนำเข้าของประเทศปลายทางให้แก่ผู้ขาย เพื่อให้ผู้ขาย จัดเตรียมเอกสารการส่งออกได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทำการเจรจาต่อรองการขนส่งสินค้า บนแพลตฟอร์มฯ ใน ลำดับต่อไป รวมถึงการมีระบบการคัดกรองลูกค้าปลายทาง เช่น 1.ให้ผู้ส่งออกหรือผู้ขายรับรอง ยืนยันตัวตนของผู้ซื้อ ที่เคยค้ากันมาก่อน 2.ให้ทูตพาณิชย์ในต่างประเทศช่วยรับรองและช่วยตรวจสอบ รวมถึงแบ่งปันข้อมูลดังกล่าวให้กับผู้ ซื้อผู้ขายต่างประเทศว่า มีตัวตนที่ชัดเจน และเชื่อถือได้ โดยอาจจะจะกำหนดเป็นสัญลักษณ์บนระบบเช่น Level 1-5 หรือให้สัญลักษณ์รูปดาว 1-5 ดวง เพื่อการันตีว่า ผู้ซื้อรายนี้มีความน่าเชื่อถือในการร่วมทำธุรกิจด้วยได้ ซึ่งจะเป็น ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการตัดสินใจทำธุรกิจได้ง่ายมากขึ้น หรือทำในลักษณะเดียวกับที่ ThaiTrade คัดกรอง ผู้ขายในไทย ก่อนที่จะให้มีการลงทะเบียนกับเว็บไซต์

5.3.2 ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ

ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกันกับเอกสาร หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องบนแพลตฟอร์มการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

5.3.2.1 การพิสูจน์ยืนยันผู้ซื้อในต่างประเทศ (Verify Buyer)

การคัดกรองผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อจากต่างประเทศเพื่อการพิสูจน์ยืนยันตัวตน เป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ส่งออกหรือ ผู้ขาย ทำได้โดยการขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ก่อนเป็นลำดับแรกคือ ภาครัฐ เช่น ทูตพาณิชย์ใน ต่างประเทศ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ ภาคเอกชน เช่น สมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย สภาธุรกิจ เป็นต้น เพื่อเชิญผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อจากรายชื่อบริษัทเครือข่ายในต่างประเทศที่น่าเชื่อถือ เข้าร่วมกับแพลตฟอร์ม โดยประชาสัมพันธ์ถึงสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อเข้าร่วมกับแพลตฟอร์ม เพื่อยืนยันการมี ตัวตนของผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อจากต่างประเทศ

5.3.2.2 เอกสารและกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศปลายทาง

นอกเหนือจากเอกสารใบรับรองหรือใบอนุญาตที่ผู้ส่งออกหรือผู้ขายต้องเตรียมก่อนการขออนุญาตการส่งออกแล้วนั้น ผู้ส่งออกจะต้องจัดเตรียมเอกสารที่สอดคล้องกับกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศปลายทางให้ถูกต้อง เพื่อเป็นการ ป้องกันการตีกลับของสินค้าจากประเทศปลายทาง ทั้งนี้ สรท. เห็นว่า ควรมีการขอความร่วมมือจากทางทูตพาณิชย์ ของแต่ละประเทศ ในการนำข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง และกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศปลายทาง มาระบุไว้ใน แพลตฟอร์มฯ ในส่วนของ “การจัดเตรียมเอกสารการส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ” เพื่อที่ผู้ส่งออกหรือผู้ซื้อจัดเตรียม เอกสารได้อย่างถูกต้อง ตามความต้องการของประเทศนั้นๆ

5.3.2.3 การเจรจาต่อรองการขนส่งสินค้าบนแพลตฟอร์ม (International sale contract)

การทำสัญญาการค้า (Incoterm)

ภายหลังจากที่ผู้ซื้อและผู้ขายยืนยันคำสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์มแล้ว ลำดับถัดมาคือ การทำสัญญาการค้า (Incoterm) ซึ่งเป็นการเจรจาต่อรองการขนส่งสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายผ่านแพลตฟอร์มฯ เพื่อกำหนดขอบเขตในการรับภาระค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า จุดส่งมอบสินค้า และจุดรับสินค้า รวมถึงการประกันความเสี่ยงเมื่อสินค้าเกิดความเสียหาย ทั้งนี้การทำสัญญาการค้าต้องเป็นไปตามเงื่อนไขการส่งมอบสินค้าสากล (International Commercial Terms: Incoterm) ดังแสดงในตารางที่ 6 โดยภายหลังการตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้แก่ว่านั้น ผู้ซื้อจะสามารถเลือกเงื่อนไขการส่งมอบสินค้าได้ เช่น FOB CIF CFR เป็นต้น ผ่านแพลตฟอร์ม และเลือกวิธีการชำระเงินเพื่อการค้าระหว่างประเทศ (payment method) ในลำดับต่อไป

ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อและผู้ส่งออกหรือผู้ขาย เจรจาต่อรองการขนส่งสินค้าและเลือกเงื่อนไขการขนส่งสินค้า (Incoterm) ผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อกำหนดขอบเขตภาระค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า จุดส่งมอบสินค้า และจุดรับสินค้า รวมถึงเลือกการประกันความเสี่ยงเมื่อสินค้าเกิดความเสียหาย

ตารางที่ 6: เงื่อนไขการส่งมอบสินค้าตามหลักการสากล (Incoterm 2010)

เงื่อนไข	ผู้ขาย/ผู้ส่งออก			ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า		
Term	จุดส่งมอบ	ค่าใช้จ่าย	ความเสี่ยง	จุดส่งมอบ	ค่าใช้จ่าย	ความเสี่ยง
EXW หรือ EX Works Factory	ณ สถานที่ของผู้ขาย (หน้าโรงงาน) โดยผู้ขายไม่ต้องขนสินค้าขึ้นพาหนะที่ผู้ซื้อจัดมารับ	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ	จัดหาผู้รับขนส่ง มา รับสินค้า ณ สถานที่ของผู้ขาย โดยต้องขนสินค้าขึ้นพาหนะ	เริ่มตั้งแต่จุดส่งมอบ / ทำศุลกากรขาเข้า และขาออก	เริ่มตั้งแต่จุดส่งมอบ
FCA หรือ Free Carrier	ณ สถานที่ผู้ขาย/สถานที่อื่น โดยขนสินค้าขึ้นพาหนะที่ผู้ซื้อจัดมารับสินค้า	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ พร้อมทั้งทำศุลกากรขาออก	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ	รับมอบสินค้า ณ สถานที่ของผู้ขาย โดยที่สินค้าอยู่บนพาหนะที่ผู้ซื้อจัดไปรับสินค้าเรียบร้อยแล้ว	เริ่มตั้งแต่รับมอบสินค้า พร้อมทั้งทำศุลกากรขาเข้า	เริ่มตั้งแต่รับมอบสินค้า
FAS หรือ Free Alongside Ship	ส่งมอบสินค้าเมื่อสินค้าวางข้างเรือที่ผู้ซื้อเป็นผู้จัดหา ณ ท่าเรือต้นทางในประเทศผู้ขาย	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ พร้อมทั้งทำศุลกากรขาออก	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ	รับมอบสินค้า ณ จุดส่งมอบ	เริ่มตั้งแต่จ่ายค่าขนสินค้าขึ้นเรือ ณ ท่าเรือต้นทาง พร้อมทั้งทำศุลกากรขาเข้า	เริ่มตั้งแต่รับมอบสินค้า
FOB หรือ Free On Board	ส่งมอบสินค้าเมื่อสินค้าวางบนเรือที่ผู้ซื้อเป็นผู้จัดหา ณ ท่าเรือต้นทาง	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ พร้อมทั้งทำศุลกากรขาออก	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ	รับมอบสินค้า ณ ที่จัดส่งมอบ	เริ่มตั้งแต่รับมอบสินค้า พร้อมทั้งทำศุลกากรขาเข้า	เริ่มตั้งแต่รับมอบสินค้า
CPT หรือ Carriage Paid To	ส่งมอบสินค้าให้กับผู้ขนส่งหรือบุคคลอื่นที่ผู้ซื้อแต่งตั้งโดยผู้ขาย	ผู้ขายจ่ายค่าขนส่งสินค้า (ไม่รวมค่าขนสินค้าลงจากพาหนะ), ทำศุลกากรขาออก	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ	รับมอบสินค้า ณ จัดส่งมอบ ผ่านผู้ขนส่งหรือบุคคลอื่นที่ผู้ซื้อแต่งตั้งโดยผู้ขาย ณ สถานที่ปลายทางที่ระบุ	เริ่มตั้งแต่จ่ายค่าขนสินค้าลงจากพาหนะ ณ สถานที่ปลายทาง การขนส่ง, ทำศุลกากรขาเข้า	เริ่มตั้งแต่รับมอบสินค้า
CIP หรือ Carriage and Insurance Paid	ส่งมอบสินค้าให้กับผู้ขนส่งหรือบุคคลอื่นที่ผู้ซื้อแต่งตั้งโดยผู้ขาย	ผู้ขายจ่ายค่าขนส่งสินค้า (ไม่รวมค่าขนสินค้าลงจากพาหนะ), ทำศุลกากรขาออก, ทำประกัน	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ	รับมอบสินค้าจากผู้ขนส่งหรือบุคคลอื่นที่ผู้ซื้อแต่งตั้งโดยผู้ขาย ณ สถานที่ปลายทางที่ระบุ	เริ่มตั้งแต่จ่ายค่าขนสินค้าลงจากพาหนะ ณ สถานที่ปลายทาง การขนส่ง, ทำศุลกากรขาเข้า	รับความเสี่ยงตั้งแต่ตอนที่ผู้ส่งออกส่งมอบสินค้าให้ Freight Forwarder (แต่มีประกัน),

เงื่อนไข	ผู้ขาย/ผู้ส่งออก			ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า		
Term	จุดส่งมอบ	ค่าใช้จ่าย	ความเสี่ยง	จุดส่งมอบ	ค่าใช้จ่าย	ความเสี่ยง
CFR หรือ Cost and Freight	ส่งมอบสินค้าไว้บนเรือ (ณ ประเทศต้นทาง)	จ่ายค่าระวางเรือ (ไม่รวมค่าขนส่งสินค้าออกจากเรือ ตอนเรือถึงปลายทาง, ทำศุลกากรขาออก)	สิ้นสุด ณ จุดส่งมอบ	รับมอบสินค้าจากผู้ขนส่งหรือบุคคลอื่นที่ผู้ขายแต่งตั้งโดยผู้ขาย ณ สถานที่ปลายทางที่ระบุ	จ่ายค่าขนส่งสินค้าออกจากเรือ, ค่าขนส่งสินค้าหลังจากมาจากเรือ, ทำศุลกากรขาเข้า	รับความเสี่ยงตั้งแต่สินค้าถูกวางบนเรือ
CIF หรือ Cost Insurance and Freight	ส่งมอบสินค้าไว้บนเรือ (ณ ประเทศต้นทาง)	จ่ายค่าระวางเรือ (ไม่รวมค่าขนส่งสินค้าออกจากเรือ ตอนเรือถึงปลายทาง, จ่ายค่าประกัน, ทำศุลกากรขาออก)	หมดภาระเมื่อสินค้าถูกยกขึ้นไปวางบนเรือ	รับมอบสินค้าจากผู้ขนส่งหรือบุคคลอื่นที่ผู้ขายแต่งตั้งโดยผู้ขาย ณ สถานที่ปลายทางที่ระบุ	จ่ายค่าขนส่งสินค้าออกจากเรือ, ค่าขนส่งสินค้าไปยังที่หมาย, ทำศุลกากรขาเข้า	รับความเสี่ยงตั้งแต่สินค้าถูกวางบนเรือ (แต่มีประกัน)
DAT หรือ Delivered at Terminal	ส่งสินค้า ณ ท่าเทียบพาหนะขนส่งปลายทางของประเทศผู้นำเข้า เช่น ท่าเรือ คลังสินค้า ลานตู้คอนเทนเนอร์ คลังสินค้าของสายการบิน คลังสินค้าของรถไฟ เป็นต้น	จ่ายค่าระวางเรือ , ค่าขนส่งสินค้า , ค่าขนส่งสินค้าลงจากพาหนะ, ค่าขนส่งสินค้าออกจากเรือ ตอนเรือถึงปลายทาง, ทำศุลกากรขาออก	หมดภาระเมื่อสินค้าได้ถูกส่งมอบแล้ว ณ ท่าเทียบพาหนะขนส่งปลายทาง	รับสินค้า ณ ท่าเทียบพาหนะขนส่งปลายทาง ตามที่ตกลง	ทำศุลกากรขาเข้า	รับความเสี่ยงตั้งแต่รับสินค้ามา , ทำศุลกากรขาเข้า
DAP หรือ Delivered at Place	ส่งสินค้า ณ สถานที่ปลายทางตามความต้องการผู้ซื้อ โดยไม่ต้องเอาสินค้าลงจากพาหนะ	จ่ายค่าระวางเรือ , ค่าขนส่งสินค้า , ค่าขนส่งสินค้าออกจากเรือ ตอนเรือถึงปลายทาง (ไม่ต้องจ่ายค่าขนส่งสินค้าลงจากพาหนะ), ทำศุลกากรขาออก	หมดภาระเมื่อผู้ขายส่งมอบสินค้าตามความประสงค์ของผู้ซื้อ ณ สถานที่ปลายทาง	รับสินค้า ณ จุดที่ตกลงกันไว้บนพาหนะขนส่งที่มาถึง พร้อมทั้งจะให้ทำการขนถ่าย	จ่ายขนส่งสินค้าลงจากพาหนะ, ทำศุลกากรขาเข้า	รับความเสี่ยงตั้งแต่ตอนขนส่งสินค้าลงจากพาหนะ
DDP หรือ Delivered Duty Paid	ส่งสินค้า ณ สถานที่ปลายทางที่ผู้นำเข้าต้องการ	, จ่ายค่าระวาง, ค่าประกัน, ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ไม่รวมค่าขนส่งลงจากพาหนะ), ทำศุลกากรขาออกและขาเข้า	รับความเสี่ยงจนถึงปลายทางที่ผู้นำเข้าต้องการ	รับสินค้าที่จุดที่ตกลงไว้ ณ ปลายทาง	จ่ายค่าขนส่งลงจากพาหนะ	ความเสี่ยงเริ่มตั้งแต่รับสินค้า

5.3.3 ธนาคารและกระบวนการชำระเงิน

5.3.3.1 การชำระเงินเพื่อการค้าระหว่างประเทศ (Payment method)

เมื่อผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อและผู้ส่งออกหรือผู้ขายเลือกการทำสัญญาการค้า (Incoterm) ผ่านแพลตฟอร์มเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการเจรจา เพื่อเลือกวิธีการชำระเงิน ได้แก่ 1. การชำระเงินล่วงหน้า (advance payment) 2. การเปิดบัญชีขายเชื่อ (open account) 3. ตัวเงินเพื่อการเรียกเก็บที่มีเอกสารประกอบ (documentary bill for collection) 4. เลตเตอร์ออฟเครดิตที่มีเอกสารประกอบ (documentary letter of credit) ดังแสดงในตารางที่ 7 ทั้งนี้ เมื่อตกลงเลือกวิธีการชำระเงินเพื่อการค้าระหว่างประเทศแล้วเสร็จ จะเป็นขั้นตอนในการเลือกธนาคารพาณิชย์ เพื่อเป็นตัวกลางของการชำระเงินในลำดับต่อไป

ธนาคารพาณิชย์ควรเข้าร่วมในแพลตฟอร์ม และสามารถได้รับอนุญาตให้ดึงข้อมูลจากคำสั่งซื้อระหว่างผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ และผู้ส่งออกหรือผู้ขายจากแพลตฟอร์มกลาง เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการชำระเงินระหว่างประเทศ รวมถึงการปล่อยสินเชื่อให้ผู้ส่งออกหรือผู้ขาย เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตสินค้า และการทำประกันความเสี่ยงการส่งสินค้าให้ผู้ขายเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ขายว่า เมื่อทำการส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อแล้ว ธนาคารจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางการันตีว่า ผู้ขายจะได้รับเงินแน่นอน ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการรายเล็กไม่นิยมเปิด LC เพราะความยุ่งยากของขั้นตอนด้านเอกสาร

ตารางที่ 7: ตารางวิธีการชำระเงินเพื่อการค้าระหว่างประเทศ

เงื่อนไข	วิธีการชำระเงินเพื่อการค้าระหว่างประเทศ
1. การชำระเงินล่วงหน้า (Advance Payment)	เมื่อผู้ซื้อและผู้ขายได้ตกลงทำสัญญาซื้อขายแล้ว ทั้งนี้ผู้ซื้อจะต้องชำระค่าสินค้าผ่านธนาคารระหว่างประเทศ โดยเมื่อผู้ขายได้รับการแจ้งโอนจากการชำระค่าสินค้าแล้ว จึงจะส่งมอบสินค้ามาให้ผู้ซื้อ วิธีดังกล่าวนี้ความเสี่ยงจะตกอยู่ที่ผู้ซื้อ ทั้งนี้ผู้ซื้ออาจป้องกันความเสี่ยงได้โดยการให้ผู้ขายทำหนังสือค้ำประกัน
2. เปิดบัญชี (Open Account)	เมื่อผู้ซื้อและผู้ขายได้ตกลงทำสัญญาซื้อขายแล้ว ทั้งนี้ผู้ขายจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อ โดยเมื่อผู้ซื้อได้รับสินค้าตามที่ต้องการแล้วจึงจะชำระค่าสินค้าให้ผู้ขายผ่านธนาคารระหว่างประเทศ วิธีดังกล่าวนี้ผู้ขายจะต้องแบกรับความเสี่ยง ทั้งนี้ผู้ขายอาจป้องกันความเสี่ยงได้โดยการให้ผู้ซื้อทำหนังสือค้ำประกัน
3. ตัวเงินเพื่อการเรียกเก็บที่มีเอกสารประกอบ (Documentary Bill For Collection)	วิธีนี้ธนาคารของผู้ซื้อและธนาคารของผู้ขายจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการชำระเงินและมอบเอกสารการออกสินค้าให้กับผู้ซื้อ ซึ่งวิธีดังกล่าวทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีความเสี่ยงลดลง 1. Document against Payment (D/P) เมื่อผู้ซื้อและผู้ขายตกลงซื้อขายสินค้า ผู้ขายจะทำการส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อและส่งเอกสารเรียกเก็บเงินไปยังธนาคารของผู้ขาย โดยธนาคารผู้ขายจะส่งเอกสารเรียกเก็บเงินผ่านธนาคารในประเทศผู้ซื้อเพื่อให้ธนาคารในประเทศผู้ซื้อแจ้งเรียกเก็บเงินไปยังผู้ซื้อ ทั้งนี้เมื่อผู้ขายชำระเงินทันทีเพื่อธนาคารในประเทศผู้ซื้อจะออกเอกสารการออกสินค้าให้โดยผู้ซื้อนำเอกสารดังกล่าวไปยื่นรับสินค้า วิธีการนี้ผู้ขายจะได้รับเงินก็ต่อเมื่อธนาคารผู้ขายเรียกเก็บเงินจากธนาคารผู้ซื้อได้แล้ว ความเสี่ยงผู้ขาย ผู้ซื้อไม่รับสินค้า/ขอเปลี่ยนวิธีการชำระเงิน/ขอต่อรองราคา ความเสี่ยงผู้ซื้อ ผู้ขายส่งสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพ/ไม่ครบ/ไม่ถูกต้อง 2. Document against Acceptance (D/A) เป็นตัวที่มีกำหนดเวลาในการชำระเงิน เช่น 30, 60 หรือ 90 วัน เมื่อผู้ซื้อและผู้ขายตกลงซื้อขายสินค้า ผู้ขายจะทำการส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อและส่งเอกสารเรียกเก็บเงินไปยังธนาคารของผู้ขาย โดยธนาคารผู้ขายแจ้งให้ผู้ซื้อรับรองตัวเงินและส่งมอบคืนธนาคารทั้งนี้ผู้ขายยังไม่ต้องชำระเงินธนาคารในประเทศผู้ขายก็จะทำการปล่อยเอกสารออกสินค้าให้และผู้ซื้อชำระเงินเมื่อครบกำหนด โดยผู้ซื้อนำเอกสารดังกล่าวไปยื่นรับสินค้า วิธีการนี้ผู้ขายจะได้รับเงินก็ต่อเมื่อธนาคารผู้ขายเรียกเก็บเงินจากธนาคารผู้ซื้อได้แล้ว
4. เลตเตอร์ออฟเครดิตที่มีเอกสารประกอบ (Documentary Letter of Credit)	วิธีนี้เป็นที่นิยมกันมากที่สุด และมีความธรรมแก่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยมีชื่อผู้กดตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ใน L/C ซึ่งแล้วแต่จะตกลงกัน โดยมีธนาคารเป็นสื่อกลาง เมื่อผู้ซื้อและผู้ขายตกลงซื้อขายสินค้า ทั้งผู้ซื้อจะต้องทำการเปิด Letter of credit L/C ผ่านธนาคารในประเทศของผู้ซื้อไปยังธนาคารของผู้ขายมีการระบุเงื่อนไขต่างๆ ใน L/C หลังจากนั้นผู้ขายจึงจะส่งสินค้าไปให้ผู้ซื้อ ทั้งนี้เมื่อผู้ขายได้ทำการส่งสินค้าตามเงื่อนไขเอกสารการส่งสินค้าและเอกสารตามเงื่อนไข L/C ไปเรียกเก็บเงินกับธนาคารของผู้ขายได้ ซึ่งวิธีดังกล่าวทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีความเสี่ยงน้อยมากและเป็นวิธีที่นิยมในปัจจุบัน

5.3.4 การขนส่งสินค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์

เมื่อผู้ส่งออกหรือผู้ขายและผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ ได้ตกลงเงื่อนไขการส่งมอบสินค้าผ่านแพลตฟอร์มแล้ว ในลำดับต่อไปคือ ผู้ส่งออกดำเนินการเตรียมเอกสารการส่งสินค้าผ่านพิธีการศุลกากรขาออก และทำการจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.3.4.1 การจองเรือ

ผู้ส่งออกหรือผู้ขายเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์และจองสายเดินเรือผ่านแพลตฟอร์ม จึงเสนอให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistic Service Provider: LSP) ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ (freight forwarder) และสายเรือ (liner) เข้าร่วมในแพลตฟอร์ม เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการเสนอ และต่อรองราคาค่าขนส่ง และเป็นทางเลือกให้ผู้ส่งออก สามารถเปรียบเทียบราคา และคำนวณต้นทุนค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศได้ ก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ผ่านแพลตฟอร์ม และหากผู้ส่งออกหรือผู้ขายสามารถเลือกเปรียบเทียบราคาผ่านแพลตฟอร์มได้ทันที ก็จะเป็นอีกหนึ่งที่ช่วยประหยัดเวลาการติดต่อแบบเดิมที่ปกติแล้วบริษัทผู้ส่งออกหรือผู้ขาย ต้องใช้เวลานาน ในการหาท่าเรือหรือสายเรือในการขนส่งสินค้าที่มีราคาที่ยอมรับได้

5.3.4.2 การจองหัวลาก

ผู้ส่งออกหรือผู้ขาย เลือกจองบริษัทรถขนส่งผู้สินค้าและจองหัวลาก (haulage) ผ่านแพลตฟอร์ม มีการเปรียบเทียบราคาประกอบการตัดสินใจ โดยผู้ส่งออกจะต้องระบุวัน เวลา และรายละเอียดการขนส่งสินค้า เช่น 1. การให้รถหัวลากไปรับตู้คอนเทนเนอร์ (ตู้เปล่า) ณ ลานรับตู้คอนเทนเนอร์ 2. รถหัวลากตู้คอนเทนเนอร์ (ตู้เปล่า) ไปยังโรงงานเพื่อบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ 3. รถหัวลากนำตู้คอนเทนเนอร์ที่บรรจุสินค้าแล้ว) ไปยังท่าเรือต้นทาง เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ส่งออกควรตรวจสอบสถานะการขนส่งสินค้าผ่านแพลตฟอร์มได้

5.3.4.3 ใบตราส่งสินค้าทางทะเล Bill of Lading (B/L)

เมื่อผู้ส่งออกหรือผู้ขายรวบรวมเอกสารการส่งออกสินค้า ส่งไปยังผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศหรือสายเรือ เพื่อให้สายเรือทำการออกใบตราส่งสินค้าทางทะเล (Bill of Lading: B/L) ให้กับผู้ส่งออก โดยผู้ส่งออกสามารถเลือกใบตราส่งสินค้าทางทะเล ตามเงื่อนไขเอกสารในการรับสินค้าและแลกเปลี่ยนสินค้าได้ผ่านแพลตฟอร์ม ได้แก่ 1.Original B/L ได้แก่ Master B/L HOUSE Bill of Lading 2. Surrendered B/L 3.Sea waybill 4.ใบตราส่งสินค้าอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 8

ผู้ส่งออกหรือผู้ขายสามารถเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ หรือสายเรือ ได้ผ่านแพลตฟอร์มกลาง เพื่อเตรียมเอกสารการส่งออก เช่น จองสายเรือ จองหัวลาก และออกใบตราส่งสินค้าทางทะเล ทั้งนี้ เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินการและลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการรายย่อย โดยระบบฐานข้อมูลของเอกสารที่การส่งออกดังกล่าวจะถูกเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มฯ

ตารางที่ 8: ตารางใบตราส่งสินค้าทางทะเล

ใบตราส่งสินค้าทางทะเล Bill of Lading (B/L)		เงื่อนไข
1. Original B/L หรือ OB/L	1.1 Master B/L หรือ MB/L ออกโดยบริษัทเรือ	ใบตราส่งสินค้าทางทะเลที่มีอากรแสตมป์ติดอยู่โดยมีลายเซ็นและตราประทับ
	1.2 HOUSE Bill of Lading ออกโดยผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)	
2. Surrendered B/L	ออกโดยผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)	ใบตราส่งสินค้าทางทะเลที่ไม่มีอากรแสตมป์ติดอยู่ ผู้ส่งออกไม่ต้องส่งต้นฉบับ B/L ให้กับผู้นำเข้า โดยหลังจากที่ผู้ส่งออก ยืนยันการชำระเงิน พวกเขาจะขอ surrender B/L ให้ส่งไปยังบริษัทจัดส่งและสำเนาเอกสาร Surrendered B/L ไปยังประเทศปลายทาง เพื่อให้ผู้นำเข้าออกของ
3. Sea waybill	ออกโดยบริษัทเรือ	ใบตราส่งสินค้าทางทะเลที่ไม่มีอากรแสตมป์ติดอยู่ และไม่สามารถเปลี่ยนสิทธิการเป็นเจ้าของของสินค้าได้
4.ใบตราส่งสินค้าอื่นๆ	ใบตราส่งสินค้าทางบก / ใบตราส่งสินค้าทางอากาศ	ใบตราส่งสินค้าแบบต่อเนื่องหลายรูปแบบ

5.3.5 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

5.3.5.1 การเชื่อมโยงเอกสารการส่งออกเข้ากับระบบ NSW

แพลตฟอร์มควรแสดงรายการเอกสารที่ผู้ส่งออกต้องจัดเตรียมสำหรับพิธีการศุลกากรขาออก ตามที่กรมศุลกากรกำหนด โดยผู้ส่งออกสามารถทำด้วยตนเองหรือเลือกใช้บริการตัวแทนออกของผ่านแพลตฟอร์ม ซึ่งตัวแทนออกของจะเป็นผู้ตรวจสอบความครบถ้วนของเอกสาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ส่งออกที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ก่อนที่จะส่งเอกสารพิธีการศุลกากรขาออก ผ่านเข้าสู่ระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร (National single window: NSW) เช่น หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ใบอนุญาต/ใบรับรอง การส่งออก และชำระค่าธรรมเนียมในการดำเนินพิธีการทางศุลกากร ได้แก่ 1.การลงทะเบียนผู้ปฏิบัติพิธีการศุลกากรของผู้ประกอบการนำเข้า/ส่งออก 2.การให้บริการของธนาคาร/ตัวแทนรับชำระเงิน (e-bill payment) โดยสามารถชำระภาษีอากร และภาษีอื่นๆ เช่น ภาษีสินค้า ใบส่งเก็บเงิน และใบแจ้งหนี้ค่าธรรมเนียม เป็นต้น ในการดำเนินการพิธีการทางศุลกากร และให้บริการตรวจสอบ และติดตามสถานะการผ่านพิธีการใบขนสินค้า (import-export declaration)

กรมศุลกากรควรปรับลดขั้นตอนการขอใบอนุญาต/ใบรับรอง และเปลี่ยนให้เป็นรูปแบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด และอนุญาตให้เชื่อมต่อกับระบบอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารพาณิชย์ เพื่อให้ผู้ส่งออกชำระค่าธรรมเนียมได้ทันที รวมถึงต้องมีการกำหนดมาตรฐานร่วมกันกับผู้ส่งออกในภาคธุรกิจ เช่น การกรอกข้อมูลเอกสารการส่งออกครั้งเดียวในแบบฟอร์มเดียว เพื่อเป็นลดขั้นตอนการกรอกเอกสารที่ซ้ำซ้อน ทั้งนี้ ผู้ส่งออกสามารถกรอกข้อมูลการส่งออก หรือเลือกใช้บริการตัวแทนออกของในส่วนของพิธีการศุลกากร ผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ภายใต้มาตรฐานและรูปแบบเดียวกันกับกรมศุลกากรได้ ซึ่งปัจจุบัน NSW สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้ส่งออกได้ระดับหนึ่งเท่านั้น โดยกรมศุลกากรยังคงต้องเร่งสร้างความเชื่อมโยงของ NSW ให้เข้ากับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเภทสินค้า ให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด รวมถึงให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับเงื่อนไข และเอกสารสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น Form A, E ผ่านแพลตฟอร์มกลางด้วย

5.3.5.2 Port community systems (PCS)

เมื่อผู้ส่งออกหรือผู้ขายที่ได้จัดเตรียมเอกสารการขนส่งสินค้าขาออกผ่านแพลตฟอร์มแล้วเสร็จ ในลำดับถัดไป ผู้ส่งออกจะทำการส่งเอกสารการขนส่งสินค้าขาออกทั้งหมดไปยังผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1.ผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ 2.ธนาคารในประเทศผู้ส่งออก 3.ระบบการบริหารจัดการท่าเรือ (Port community systems: PCS) ซึ่งเป็นเอกสารชุดเดียวกัน เพื่อความสะดวก และรวดเร็วในการตรวจสอบ ทั้งนี้ การท่าเรือแห่งประเทศไทย ในฐานะหน่วยงานที่บริหารจัดการท่าเรือของประเทศควรเร่งพัฒนาระบบบริหารจัดการท่าเรือ โดยต้องมีปรับรูปแบบเอกสารการนำเข้า/ส่งออกให้เป็นอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด เช่น เอกสารค่าระวางเรือ ทั้งท่าเรือของรัฐ และท่าเรือเอกชน และเปิดโอกาสให้หน่วยงานภาคเอกชน เข้าร่วมเชื่อมโยงข้อมูลการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เช่น แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมเฉพาะกลุ่ม เพื่ออำนวยความสะดวกในขั้นตอนการขนส่งสินค้า และขั้นตอนในการตรวจสอบปล่อยสินค้า เรวดเร็วยิ่งขึ้น

ผู้ส่งออกหรือผู้ขายสามารถส่งเอกสารการขนส่งสินค้าขาออกไปยังผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อ และธนาคารพาณิชย์ของผู้นำเข้าที่เชื่อมโยงกับระบบการบริหารจัดการท่าเรือซึ่งมีหน่วยงานพันธมิตรทางยุทธศาสตร์ที่รับผิดชอบขั้นตอนการบริหารจัดการท่าเรือขนส่งสินค้า เช่น ด้านพิธีการศุลกากรจัดการโดยหน่วยงานที่บริหารจัดการท่าเรือ ภาคเอกชนที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์เชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่ออำนวยความสะดวกการบริหารจัดการท่าเรือเทียบเรือ ให้มีการเชื่อมโยงขั้นตอนการดำเนินงาน ผ่านการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสารกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

6. บรรณานุกรม

- ASEAN Single Window. (2018). Third Symposium on the ASEAN Single Window. *Current Impact and Future Opportunities*. Singapore.
- ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER. (2017). *Insight ถอดหน้าจากผู้ใช้บริโภคยุค 4.0*. bangkok.
- Electronic Transaction Development Agency. (2558). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ.2558*. bangkok: ETDA.
- EU Single Market Strategy . (2017).
- European Port Community System Association, EEIG. (2011). *EPCSA, European Port Community System, How to develop port community system*. IPCSA, EPCSA.
- IMF, World Economic Outlook, April 2018. (2018). *World Economic and Financial Survey: Regional Economic Outlook-Asia and Pacific Good Time, Uncertain Times: A Time to prepare*. IMF, WEF.
- Information economy report . (2017). *Digitalization, Trade and Development*.
- International Logistics Performance Index (LPI) . (2018).
- ITD (International Institute for Trade and Development). (2560). *การประเมินศักยภาพและโอกาสของประเทศสมาชิกอาเซียนในตลาด ASEAN E-Commerce*. สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน).
- NATIONAL TRADE PLATFORM. (2018). *SINGAPORE CUSTOMS*. เข้าถึงได้จาก <https://www.customs.gov.sg/about-us/national-single-window/tradexchange>
- Port Community System (PCS). (2010). เข้าถึงได้จาก <http://euro-logistics.nl/expertise/port-community-system>.
- (2017). *UN/CEFACT*. United Nation.
- UNCTAD 14 of the eTrade for all. (2017). *Year in Review' of the eTrade for all initiative (2017-2018)*. 2018.
- UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2017. (2017). *UNCTAD*. เข้าถึงได้จาก UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2017: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d09_en.pdf
- UNCTAD, Based on data from the United States Census Bureau; Japan Ministry of Economy, Trade and Industry; China. (2017). *Information Economy Report*. geneva.
- UNCTAD, e-Commerce Week. (2018). *e-Commerce Week 16-20 April 2018*. Palais des Nations, Geneva: UNCTAD 2018.
- WCO, Study Report on Cross-Border E-Commerce. (2017).
- WTO MC11 . (07 December 2017). *World Customs Organization, Organization Mondiale des Douanes*. เรียกใช้เมื่อ 2018 จาก <http://www.wcoomd.org/en/media/newsroom/2017/december/the-international-customs-community-adopts-the-luxor-resolution-on-cross-border-ecommerce.aspx>

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2560). <http://www.dft.go.th/th-th/statute01>. เข้าถึงได้จาก <http://www.dft.go.th>.

พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว. (2542). กรุงเทพมหานคร.

พระราชบัญญัติควบคุมการแลกเปลี่ยนเงิน. (2485). กรุงเทพมหานคร.

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม. (2540). กรุงเทพมหานคร.

พระราชบัญญัติศุลกากร. (2560). กรุงเทพมหานคร.

พระราชบัญญัติศุลกากร. (2560). พิธีการศุลกากรว่าด้วยการผ่านแดน. ใน *มาตรา 4*. กรุงเทพมหานคร.

พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน. (2560). กรุงเทพมหานคร.

ร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล. (2560). กรุงเทพมหานคร.

สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย. (2018). *กรอบแนวคิดนโยบายเพื่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ*. Bangkok.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA). (2017). Bangkok: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA).

สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2560). *แผนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ*. Bangkok, Thailand: 2560.

ภาคผนวก

a. บทสัมภาษณ์พิเศษจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. การใช้ประโยชน์จาก e-Trading Platform ในมุมมองของผู้ประกอบการ (กลุ่มสินค้า: อาหาร/เครื่องนุ่งห่ม/เฟอร์นิเจอร์)

บริษัท มหาบูรพาผลิตภัณฑอาหาร จำกัด

คุณวิศิษฐ์ ลิ้มลือชา : รองประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย/ ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย/ นายกสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปแห่งประเทศไทย

Q1. ขั้นตอนการส่งออกในปัจจุบัน เป็นอย่างไร?

- จากอดีตถึงปัจจุบันบริษัทฯ จะทำการติดต่อลูกค้าเพื่อส่งเสริมการขายผ่าน 3 ช่องทาง ได้แก่ 1. การติดต่อผ่านงานแสดงสินค้า 2. หากกลุ่มลูกค้าใหม่ จากรายชื่อบริษัทที่ลงทะเบียนเป็นสมาชิก Thaitrade.com ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของบริษัทในการติดต่อบริษัทคู่ค้าที่ผ่านการคัดกรองระดับหนึ่ง (KYC) จากทางกรมส่งเสริมฯ มาแล้ว 3. ติดต่อลูกค้าผ่านเว็บไซต์ของบริษัท โดยจะทำการติดต่อลูกค้าผ่าน e-mail เป็นหลัก ซึ่งจะมีเงื่อนไขในการเสนอเพื่อต่อรองราคาเป็นรายบริษัท ตามลำดับ
- โดยปกติขั้นตอนการชำระเงินระหว่างประเทศ กลุ่มลูกค้าทั่วไปของบริษัทฯ จะใช้ระบบ D/P at Sight เนื่องจากธนาคารเป็นตัวกลางในการชำระเงินและมีความน่าเชื่อถือมากกว่า อีก 20% ใช้ระบบ L/C สาเหตุที่ใช้บ่อยลงเพราะมีต้นทุนที่สูง ในส่วนลูกค้าพิเศษที่ค้าขายกันมานาน เช่น บริษัทของอเมริกา ใช้ระบบ T/T 45-60 วัน
- ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางบริษัทใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เพื่อลดขั้นตอนความยุ่งยากในการขนส่งสินค้า โดยถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีระบบ e-Logistics

Q2. ปัจจัยสำคัญที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก?

- ปัญหาเรื่องหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าและใบรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่จะต้องเปลี่ยนเป็น e-Document ต้องมีการนำมาคิดต่อว่าทำอย่างไรให้มาเชื่อมโยงเข้ากับระบบ ถ้าสามารถออก Invoice ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ก็จะทำให้ลดต้นทุนทางการส่งออก รวมถึงประเทศไทยมีการแข่งขันที่สูงขึ้นเนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านได้พัฒนาศักยภาพของตนเองเข้ามาตีตลาดมากขึ้น รวมถึงสิทธิ GSP ที่ประเทศเพื่อนบ้านได้รับ ทำให้ผู้ประกอบการขายของได้ยากขึ้น

Q3. บริษัทมีการขายสินค้าออนไลน์หรือไม่ และการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?

- การขายออนไลน์แบบ B2B ในปัจจุบันเป็นแค่การเปิดช่องทางในการติดต่อลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามเมื่อจะลงรายละเอียดในขั้นตอนการตกลงเงื่อนไขการซื้อขายสินค้านั้น บริษัทยังคงต้องมาติดต่อกันเองโดยไม่ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยส่วนตัวมีความเห็นว่าการขายออนไลน์จะสามารถเพิ่มยอดขายได้จริงในอนาคตถ้าประเทศไทยมีการเริ่มขายปลีกมากขึ้นและระบบโลจิสติกส์เปลี่ยนเป็นระบบอีโลจิสติกส์อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งปัจจุบันมองว่าประเทศไทยยังคงมีต้นทุนการขนส่งที่ค่อนข้างสูงในการค้าปลีกทำให้ยังสู้ประเทศจีนไม่ได้ โดยในอนาคตบริษัทต้องการให้มีการส่งเสริมรูปแบบการค้า แบบ B2C มากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่าในการขายสินค้า

Q4. ขั้นตอนใดในการส่งออกที่ควรต้องมีการปรับเปลี่ยนเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยเร็ว?

- ควรมีการพัฒนาควบคู่กันทั้ง e-payment, e-logistic และ e-document เพราะในปัจจุบันบริษัทยังใช้บริการโลจิสติกส์กับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ อยู่ซึ่งมองว่าถ้าในอนาคตการพัฒนาแบบอิเล็กทรอนิกส์แบบครบวงจรแล้ว ทางผู้ประกอบการคงจะลดเวลาและค่าใช้จ่ายได้มากพอสมควร

Q5. ในมุมมองของท่านคิดว่าแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ จะมีประโยชน์กับผู้ประกอบการอย่างไร

- Platform นี้จะมีประโยชน์มากถ้าได้ทำแบบครบวงจร เราตัดปัญหาเรื่องขั้นตอนเอกสารและการขนส่งสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการจะมีหน้าที่อย่างเดียวคือขายของ โดยให้ Platform เป็นตัวขับเคลื่อน

Q6. หากในอนาคตมีการปรับปรุงแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น บริษัทมีโอกาสจะเข้าร่วมหรือไม่

- การเข้าใช้งานแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซอยู่ที่การแข่งขันใครทำได้ดีและครบวงจรมากกว่าก็จะมีผู้เข้าใช้บริการมากกว่า ซึ่งในความคิดเห็นตนนั้นมองว่าการทำอีคอมเมิร์ซ ควรทำให้ตอบโจทย์ผู้ใช้บริการมากที่สุด

บริษัท โอเรียนตอล การ์เมนต์ จำกัด

ดร.เนาวรัตน์ ทรงสวัสดิ์ชัย : นายกสมาคมเครื่องหนังไทย / กรรมการสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

Q1. ขั้นตอนการส่งออกในปัจจุบัน เป็นอย่างไร?

- ขั้นตอนการสั่งซื้อ เมื่อรับใบคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว ก็มาเตรียมการเพื่อวางแผนการผลิตสินค้าเพื่อให้ตรงกับความ ต้องการของลูกค้า ทั้งแผนการตลาดและแผนกฝ่ายผลิตสินค้า เพื่อจัดทำเอกสารการส่งออกตามที่ลูกค้าต้องการ ประกอบด้วย INVOICE / PACKING LIST และ BOOKING FROM
- ขั้นตอนการขนส่งสินค้า หลังจากทำการจองเรือหรือเครื่องบินแล้วแต่ความต้องการของลูกค้าแล้ว ทางบริษัทก็จะแจ้งให้แผนกต่างๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องทราบเพื่อเตรียมการส่งออกให้ทันกำหนดของลูกค้า จัดเตรียมเอกสารเพื่อทำการผ่านกรมศุลกากร จัดเตรียมรถ และ ให้ชิปปิ้งเอกสารผ่านพิธีการเพื่อทำการโหลดสินค้า ทั้งทางเรือและทางอากาศ โดยทางเรือทำการส่งสินค้าไปโดยทางคลองเตยหรือลาดกระบัง หรือแล้วแต่ตามที่สายเรือแจ้ง และส่งออกทางอากาศที่ทำอากาศสุวรรณภูมิ ให้ทันกับกำหนดที่ตัวแทนสายเรือและตัวแทนทางอากาศแจ้งมา ซึ่งหลังจากที่ทำการโหลดสินค้าแล้วทางสายเรือจะส่ง B/L , HAWB จะตรวจสอบเอกสารให้ถูกต้องตรงตามที่ลูกค้าต้องการเพื่อที่ปลายทางจะสามารถเคลียสินค้าได้โดยไม่ติดปัญหาที่กรมศุลกากรปลายทางและทำการขอเอกสารรับรองที่กระทรวงพาณิชย์ สำหรับเอกสารน FORM C/O, E,D,AJ หรือแล้วแต่ว่าสินค้านั้นๆได้สิทธิประโยชน์ให้ลูกค้าปลายทางแต่ละประเทศหรือไม่
- ขั้นตอนหลังการส่งสินค้า หลังจากทำการส่งออกแล้วต้องทำเมลแจ้งตามที่แต่ละลูกค้าต้องการหรือกำหนดมาประกอบไปด้วย INVOICE,PACKING LIST, FORM,B/L OR HAWB และทำการส่งเอกสารเพื่อให้ลูกค้าปลายทางเคลียสินค้าปลายทางแล้วแต่ละลูกค้าแจ้งมาว่าจะส่งเป็นเอกสารตัวจริงให้ลูกค้าปลายทางหรือโดยระบบ ELECTRONIC แล้วแต่ข้อตกลงและความต้องการของลูกค้า ส่วนมากจะประกอบด้วย INVOICE / PACKING LIST / FORM C/O , E,D,AJ / B/L , FCR, OR HAWB โดยเมื่อเตรียมเอกสารครบแล้วก็ทำการเก็บเงินไปยังลูกค้าโดยแล้วแต่ข้อตกลงกับลูกค้าประกอบด้วยเก็บเงินแบบ T/T, L/C , ELECTRONIC หลังจากนั้นทำการเก็บเอกสารทั้งหมดเป็นระยะเวลา 2 ปี ก่อนที่จะทำการทำลาย

Q2. ปัจจัยสำคัญที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก?

- สินค้าเสร็จไม่ทันตามกำหนดการส่งออกสินค้า
- สินค้าไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ทำให้ยอดส่งออกไม่เป็นไปตามคำสั่งซื้อ

Q3. บริษัทมีการขายสินค้าออนไลน์หรือไม่ และการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?

- บริษัทไม่มีการขายออนไลน์ เนื่องจากการทำ Mass Production และไม่ได้ทำการผลิตแบรนด์ของตนเองจึงคิดว่าการขายออนไลน์ไม่น่าเหมาะกับการขายของบริษัท

Q4. ขั้นตอนใดในการส่งออกที่ควรต้องมีการปรับเปลี่ยนเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยเร็ว?

- บริษัทฯ ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในทุกขั้นตอนอยู่แล้ว

Q5. ในมุมมองของท่านคิดว่าแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ จะมีประโยชน์กับผู้ประกอบการอย่างไร

- ลดขั้นตอนการซื้อ/ขาย เป็นการช่วยลดต้นทุน เวลา และเพิ่มกำไร รวมถึงลดภาษี นำเข้า และ ส่งออก

Q6. หากในอนาคตมีการปรับปรุงแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น บริษัทมีโอกาสจะเข้าร่วมหรือไม่

- หากในอนาคตมีการปรับปรุงแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ คิดว่าจะเข้าร่วม

บริษัท เอส.พี.เอส. โคออปเพอเรท จำกัด

คุณกิริติ เสริมประภาศิลป์ : ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัท เอส.พี.เอส / นายกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย

Q1. ขั้นตอนการส่งในปัจจุบัน เป็นอย่างไร?

- บริษัทผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ลูกค้าสามารถประกอบเองได้ ได้แก่ ตู้ เตียง โต๊ะ เป็นต้น ซึ่งบริษัทจะเน้นการส่งออกแบบ Original Equipment Manufacturer หรือ OEM ที่จะรับจ้างผลิตสินค้าหรือชิ้นส่วนให้กับแบรนด์ต่าง ๆ โดยการส่งออกของบริษัทจะแบ่งออกเป็นสองส่วน ดังนี้
- ลูกค้ารายใหญ่ บริษัทของเราทำ Logistics and Supply Chain ให้กับบริษัท IKEA ที่ถือได้ว่าเป็น Furniture retail company รายใหญ่ในต่างประเทศที่ส่งไปขายทั่วโลก โดยบริษัทของเราจะทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตและเก็บสต็อกสินค้าให้ IKEA ผ่านการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันบน Platform ที่เชื่อมระหว่างสองบริษัท เช่น เมื่อ IKEA ต้องการสินค้า A 3,000 ชิ้น ทางบริษัทก็จะทำการเช็คสต็อกสินค้าโดยบริษัทจะมีสินค้าคงคลังอย่างสม่ำเสมอเพราะ มีการจัดการอย่างเป็นระบบและมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ขั้นตอนเอกสารต่างๆ เป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์และสามารถตรวจสอบออนไลน์ได้ ตั้งแต่การสั่งซื้อสินค้า และการชำระเงิน(T/T) Payment direct โดยหลังการชำระเงินแล้วทางบริษัทได้ใช้บริการ LSP ในการจัดส่งสินค้า
- กลุ่มลูกค้าทั่วไป ส่วนใหญ่บริษัทจะส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ให้ประเทศญี่ปุ่น แต่ยังคงทำแบบดั้งเดิมคือติดต่อยุโรปบริษัทและมีการชำระเงินแบบ (L/C) หลังจากนั้นจะมีการส่งสินค้าผ่าน LSP

Q2. ปัจจัยสำคัญที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก?

- ยังคงติดปัญหาการประเมินสถานการณ์สต็อกสินค้าเพื่อการส่งออก รวมถึงปัญหาด้านความหลากหลายของสินค้าที่อาจยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างสมบูรณ์

Q3. บริษัทมีการขายสินค้าออนไลน์หรือไม่ และการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?

- ปัจจุบันทางบริษัทได้สร้างแบรนด์ของตนเองขึ้นมาชื่อว่า MATA ที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ เช่น ตู้ เตียง โต๊ะ โดยมีคอนเซ็ปในการขายคือ สินค้าต้องมีขนาดเล็ก เบา แข็งแรง และลูกค้าสามารถประกอบเองได้ เพื่อตอบการขายออนไลน์ประหยัดค่าขนส่ง และป้องกันการแตกหัก โดยขณะนี้บริษัทอยู่ในขั้นตอนการเข้าสู่การเป็นสมาชิก Thaitrade.com โดยมีเป้าหมายคือการส่งสินค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ
- การขายออนไลน์จะสามารถเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าสินค้ามีความน่าสนใจหรือไม่ และ Platform online มีสินค้าตอบสนองความต้องการของตลาดหรือไม่ ยกตัวอย่างเช่น Lazada กับ Shopee ที่มีการวางระบบการขายออนไลน์ที่ง่ายต่อการเข้าถึงและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย

Q4. ขั้นตอนใดในการส่งออกที่ควรต้องมีการปรับเปลี่ยนเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยเร็ว?

- หากจะต้องมีการปรับปรุง Platform ของ ThaiTrade.com เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยส่วนตัวคิดว่าควรมีการจัดกลุ่มผู้ประกอบการในการทำงานร่วมกัน มีคนกลางในการบริหารจัดการและตัดสินใจ ยกตัวอย่างเช่น การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้เลือกซื้อสินค้า ต้องมีการรวมกลุ่มกันหลายบริษัท ใน Category “ThaiFurniture” ของ Thaitrade ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขเดียวกัน โดยภาครัฐควรจะเป็นตัวกลางในการวางระบบเพื่อให้ผู้ประกอบการเข้ามาใช้งานได้จริง ภายใต้มาตรฐานเดียวกันใน Platform ทั้งขั้นตอนการติดต่อกู้ค้า การชำระเงิน และระบบการขนส่งสินค้า

Q5. ในมุมมองของท่านคิดว่าแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ จะมีประโยชน์กับผู้ประกอบการอย่างไร

- ภาครัฐควรเป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนเพื่อการระดมผู้ประกอบการเข้ามาใช้ Platform เดียวกันให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะทำให้ Platform นี้จะเป็นประโยชน์แก่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ที่จะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการ

Q6. หากในอนาคตมีการปรับปรุงแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น บริษัทมีโอกาสจะเข้าร่วมหรือไม่

- เข้าร่วมเพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น

2. ทิศทางและมุมมองภาคธนาคารต่อการทำการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ในประเทศไทย

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Exim Bank)

ดร.ชาญสิทธิ์ สิริธนาโชติ : ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนากระบวนการและนวัตกรรม ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

Q1. ในฐานะที่ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า ท่านมีมุมมองเรื่องอีเพย์เมนท์แบบ B2B ในประเทศไทยอย่างไร

➤ การนำระบบอีเพย์เมนท์มาใช้ในการรองรับ e-Marketplace ในประเทศไทย ภาคส่วนของธนาคารมองว่าการสร้างความไว้วางใจให้ผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เมื่อธนาคารเข้ามาเชื่อมโยงเข้ากับระบบแล้ว ธนาคารจะเป็นตัวกลางในการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการและสร้างความไว้วางใจ ในขั้นตอนการชำระเงินว่าผู้ประกอบการจะได้รับเงินแน่นอนเมื่อทำธุรกรรมการเงินผ่านธนาคาร

Q2. จากการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในตลาดโลก ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่จะเป็นตัวแปรสำคัญในการเปลี่ยนเป็นระบบอีเพย์เมนท์ในประเทศไทย และใครคือคู่แข่งสำคัญ ?

➤ ตัวแปรสำคัญในการเปลี่ยนระบบชำระแบบปกติให้เป็นระบบอีเพย์เมนท์ ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดในการทำการค้าเพราะเมื่อระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดีกว่าก็จะถือเป็นการเพิ่มยอดขาย ซึ่งเห็นด้วยถ้าจะมีตัวกลางในการจัดการสร้างระบบ Ecosystem เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็น การค้าแบบ B2B หรือ B2C เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในการขายสินค้าออนไลน์ โดยมีธนาคารมาช่วยส่งเสริม

Q3. ปัจจัยใดที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอีเพย์เมนท์ของไทย?

➤ ในส่วนของภาคธนาคารการพัฒนาอีเพย์เมนท์ของประเทศไทย ไม่มีอุปสรรคเท่าใดนัก เนื่องจากทุกธนาคารของไทยต่างต้องมีปฏิบัติตามมาตรฐานขององค์การด้านการเงินระหว่างประเทศ (SWIFT code) เพื่อให้มีหลักปฏิบัติในการโอนเงินระหว่างธนาคารหรือระหว่างประเทศ ตามหลักการสากล ได้อย่างสมบูรณ์ ผ่านระบบอีเพย์เมนท์ของตน หากแต่สิ่งที่ต้องมาศึกษากันก็คือ กระบวนการชำระและเงื่อนไขของของแต่ละธนาคารที่แตกต่างกัน ที่ทำอย่างไรถึงจะส่งเสริมและให้ผู้ประกอบการได้ประโยชน์มากที่สุด

Q4. การให้บริการอีเพย์เมนท์ในธนาคารของท่าน ท่านคิดว่าสามารถขยายฐานลูกค้าได้จริงหรือไม่?

➤ ธนาคารจะสามารถขยายฐานลูกค้าได้ก็ต่อเมื่อธนาคารมีการวางแผนหาที่ชัดเจนเพื่อที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการเรื่องขั้นตอนการชำระเงินระหว่างประเทศได้อย่างสมบูรณ์แล้ว ทำให้ผู้ส่งออกไว้วางใจและต้องการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศมากขึ้น ซึ่ง ธนาคารฯ อยู่ในระหว่างขั้นตอนการทำโครงการเรื่อง ระบบอีเพย์เมนท์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ส่งออกที่ต้องการทำการค้าระหว่างประเทศ โดยมี e-Marketplace แบบ B2B มารองรับ มีวัตถุประสงค์หลัก คือ ให้ผู้ประกอบการทำหน้าที่ผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียว ส่วนของภาคธนาคารจะเป็นผู้ดูแลหลังบ้านให้ด้วยการสร้างความร่วมมือกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์

Q5. ท่านคิดว่าขั้นตอนใดในระบบการชำระเงินต้องมีการปรับเปลี่ยนเป็นระบบอีเพย์เมนท์โดยเร็ว?

➤ เนื่องจากกระบวนการการชำระเงินระบบอีเพย์เมนท์ ธนาคารได้มีการดำเนินการมาแล้วก่อนหน้านี้ ขณะนี้อยู่ระหว่างการพัฒนาในเรื่องของความเชื่อมโยงขั้นตอนและกระบวนการทางการค้า เช่น การส่งออกมาเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน เพื่อเติมเต็มในส่วนของ e-Marketplace

Q6. ท่านคิดว่า แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ จะมีประโยชน์กับผู้ประกอบการไทยอย่างไร

➤ ในมุมมองของกลุ่มธุรกิจธนาคาร มองว่าประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับจากการขายสินค้าออนไลน์ผ่าน Platform นั้น คือ 1.ทำให้ผู้ประกอบการมีความไว้วางใจในการขายของออนไลน์มากยิ่งขึ้น ว่าขายสินค้าแล้วการันตีว่าได้เงินจริง ซึ่ง Platform จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการคัดกรองผู้ประกอบการที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ (KYC) 2. ธนาคาร สามารถการันตีว่าถ้ามาเชื่อมเข้ากับ Platform แล้วจะตอบโจทย์ในการแก้ปัญหาการส่งออก ไม่ว่าจะเป็น

ปัญหาเรื่องสินเชื่อ หรือปัญหาเรื่องลูกค้าซื้อแล้วไม่จ่ายเงินทางธนาคารก็จะมีประกันความเสี่ยงให้ 3. ในอนาคตผู้ประกอบการจะทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว ทางธนาคารจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยง 3 ส่วน ได้แก่ สินเชื่อ รับประกัน และระบบโลจิสติกส์ ผ่านผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ส่งออก รวมถึงการส่งเสริมผู้และพัฒนาผู้ส่งออกระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เป็นผู้ส่งออกขนาดกลาง ต่อไป

Q7. หากในอนาคตมีการปรับปรุงแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น ท่านคิดว่าตัวท่านเองจะเข้าร่วมหรือไม่

- ในฐานะตัวแทนธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ทางธนาคารยินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะเชื่อมโยงเข้ากับแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ เพื่อช่วยสนับสนุนและเพิ่มศักยภาพการส่งออกให้ผู้ประกอบการไทยใน e-Marketplace

3. แนวทางการเชื่อมโยง e-Trading Platform เข้ากับระบบ National Single Window ในมุมมองของหน่วยงานกำกับดูแล

กรมศุลกากร

คุณวีระศักดิ์ ลอยสายอ : ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและมาตรฐาน สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

Q1. จากรูปแบบและขั้นตอนต่างๆ ใน White Paper on Cross-Border B2B E-Commerce Platform ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ในเรื่องของการเชื่อมโยงเข้ากับระบบ NSW ?

- การค้าระหว่างประเทศแบบ B2B แม้นโยบายไม่ได้กำหนดให้ต้องมีการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านระบบ NSW แต่หากภาคธุรกิจมีความประสงค์ที่จะแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องผ่านระบบ NSW กรมศุลกากร ก็จะต้องให้การสนับสนุนเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามมาตรฐานสากล และสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่ต้องเกี่ยวข้องอื่นๆ ได้
- ปัจจุบันมีต่างชาติที่ขอหารือกับ กรมศุลกากร เพื่อพิจารณาให้ความร่วมมือพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน ร่วมกัน หลายหน่วยงาน ซึ่งหากการพัฒนาตามข้อเสนอใน white paper ที่จัดทำขึ้น สอดคล้องตรงกับต่างชาติที่ขอหารือมา ก็อาจจะสามารถพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ในประเทศไทยให้เกิดผลได้เร็วยิ่งขึ้น
- อย่างไรก็ตาม ควรกำหนดกระบวนการทางธุรกิจที่ชัดเจนและประสานการดำเนินการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ

Q2. ระบบอีโกลิสติกส์ในรูปแบบแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจของไทย ในมุมมองของท่านเป็นอย่างไร?

- ยังไม่มีความร่วมมืออย่างเป็นทางการในการจัดทำแนวทางการพัฒนาระบบอีโกลิสติกส์ร่วมกัน เพื่อให้บริการและการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้อง (ต่างคนต่างทำ)
- ผู้ประกอบการยังยึดติดอยู่กับระบบการติดต่อแบบเดิม คือ การใช้อีเมลในการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูล เป็นหลัก ซึ่งเป็นรูปแบบที่ค่อนข้างล่าช้าในการนำเข้าสู่ข้อมูลการซื้อขายหรือเอกสารต่างๆ ไปใช้งานต่อของแต่ละหน่วยงาน
- ควรตั้งคณะกรรมการขึ้นมากำหนดกระบวนการทางธุรกิจในการพัฒนาระบบอีโกลิสติกส์ร่วมกัน และเริ่มใช้งานกับสมาชิกที่เกี่ยวข้อง

Q3. จากการเติบโตแบบก้าวกระโดดของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ จากทั่วโลก ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่จะเป็นตัวแปรสำคัญในการเปลี่ยนผ่านเป็นระบบอีโกลิสติกส์และ NSW ในประเทศไทย?

- ผู้ซื้อ-ผู้ขาย มีความต้องการให้มีการส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วที่สุด
- ความต้องการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของ Stakeholder ใน Supply chain ที่เกี่ยวข้องต่อการให้บริการ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ สุดท้ายสินค้าถึงผู้บริโภค
- การกระจายสินค้าจากแหล่งผลิตหรือนำเข้า ไปยังจุดกระจายสินค้าที่อยู่ใกล้ผู้บริโภคมากที่สุด ตามความต้องการของผู้บริโภคที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อให้มีการนำส่งสินค้าด้วยระยะเวลาที่สั้นที่สุด

- ระบบ NSW ต้องมีการพิจารณาการออกแบบกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า ส่งออก และโลจิสติกส์ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับการค้าในรูปแบบอีคอมเมิร์ซ รวมถึงพิจารณาการให้บริการโดยนำเทคโนโลยีที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและช่วยลดต้นทุนของทุกภาคส่วน

Q4. ปัจจัยใดที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการให้บริการระบบ NSW ที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างภาครัฐและเอกชน?

- หน่วยงานภาครัฐยังมีการพัฒนาระบบเพื่อรองรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ แบบ Paperless ไม่เพียงพอการขอใช้บริการของภาคเอกชน
- การพัฒนาระบบการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลกับภาคเอกชนยังไม่มีการจัดทำเป็นมาตรฐานข้อมูลและรูปแบบการให้บริการที่เป็นมาตรฐานสากลเดียวกัน
- ภาคเอกชนจำนวนมาก (ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่) ต้องใช้เวลาค่อนข้างมากในการปรับปรุงให้ระบบให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับภาครัฐได้อย่างอัตโนมัติ
- ยังขาดหน่วยงานที่มีอำนาจในการกำกับและกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

Q5. จุดอ่อนและจุดแข็งของการพัฒนาระบบอีโลจิสติกส์ในประเทศไทย ต่อการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างภาครัฐและเอกชน ?

- **จุดแข็ง ได้แก่**
 1. นโยบายภาครัฐบาลที่ชัดเจนในการพัฒนาประเทศโดยใช้ระบบดิจิทัล
 2. ช่องทางในการซื้อ-ขายสินค้ามีจำนวนมากขึ้นและสามารถดำเนินการได้สะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้การจัดส่งสินค้ามีจำนวนมากขึ้น
- **จุดอ่อน ได้แก่**
 1. ยังไม่มีความเข้าใจที่ชัดเจนเป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งหน่วยงานรัฐและภาคเอกชนที่จะพัฒนาระบบอีโลจิสติกส์ให้สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างอัตโนมัติและให้บริการได้ครบทุกขั้นตอน
 2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนหลายส่วน ยังไม่เห็นความสำคัญหรือเข้าใจ ในการพัฒนาระบบการให้บริการในรูปแบบดิจิทัล ที่ให้บริการได้อย่างต่อเนื่องกันของทุกหน่วยงาน (ส่วนใหญ่มุ่งที่จะพัฒนาเฉพาะภายในหน่วยงานเท่านั้น)
 3. หน่วยงานต่าง ๆ ยังขาดเจตนาร่วมกัน และยังไม่เห็นหน่วยงานที่มีอำนาจในการกำหนดกระบวนการทางธุรกิจที่เป็น Digital ร่วมกัน

4. ทิศทางและมุมมองผู้ให้บริการด้านการขนส่งระหว่างประเทศต่อการทำ e-Logistic ผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ ในประเทศไทย

บริษัท ดีเอสแอล อีคอมเมิร์ซ ประเทศไทย (e-Logistic)
คุณกวิน โสภิชฐ์พงศธร : Sales & Commercial Director

Q1. ในฐานะที่ DHL เป็น LSP ชั้นนำของโลก มีมุมมองเรื่องอีโลจิสติกส์แบบ B2B ของประเทศไทยอย่างไร?

- ถ้ามองในแง่การส่งออก ถือได้ว่าผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ในสินค้าหลายรายการ แต่การพัฒนา ระบบอีโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของไทยนั้นกลับยังไม่ได้มีการพัฒนาอย่างจริงจัง ทั้งในส่วนของโครงสร้างพื้นฐาน และความสนใจของภาคเอกชนไทยเองที่มีต่อการพัฒนาระบบอีโลจิสติกส์
- ลูกค้านำหลักของ DHL e-Commerce เป็นระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมีการซื้อขายสินค้าผ่าน Global platform เช่น e-Bay, Amazon ซึ่งจากปริมาณการซื้อของของกลุ่มลูกค้าของ DHL ในต่างประเทศ มีความสนใจที่จะขายสินค้าผ่าน Digital Platform ของไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น การเข้ามาตีตลาดของอาลีบาบาในประเทศไทย ในส่วนตัวมองเป็นเรื่องที่ดี และเป็นการเปิดช่องทางการขายสินค้าและ

บริการเพิ่มมากขึ้น แต่ถึงอย่างไรก็ตามผู้ประกอบการไทยจะต้องมีการปรับตัวและเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ด้วยเช่นกัน

Q2. จากการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจ e-Commerce ในภูมิภาคอาเซียน ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่จะเป็นตัวแปรสำคัญพัฒนาระบบอีโกลิสติกส์ในประเทศไทย และใครคือคู่แข่งสำคัญ ?

- ผลจากการเติบโตของตลาด e-Commerce สิ่งประเทศในอาเซียนต้องปรับปรุงร่วมกันก่อนเป็นอันดับแรก คือ พิธีการศุลกากร (Customs Procedure) เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาตลาด e-Commerce ยกตัวอย่างเช่น หากมองในแง่ของโครงสร้างพื้นฐานกรณีที่เราต้องการส่งสินค้าแบบ End to End (N2N) ในอาเซียนในทางปฏิบัติ สามารถทำได้ภายใน 1 สัปดาห์ หากแต่ปัจจัยที่ทำให้การขนส่งไม่สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่กำหนด เนื่องจากระบบพิธีการศุลกากรระหว่างประเทศที่ยังคงติดขัด รวมถึงพิกัดสินค้าของแต่ละประเทศที่ไม่ตรงกันทำให้บางครั้งไม่สามารถขนส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนดทำให้ต้องจ่ายภาษีค่าขนส่งสินค้าเพิ่ม

Q3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอีโกลิสติกส์ของบริษัทท่าน?

- ปัจจัยในเรื่องของพิธีการศุลกากร ในประเทศไทยถือว่าดีขึ้นมาจาก 10 ปีที่แล้วจริง แต่ยังคงต้องมีการปรับปรุงเรื่องกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ซึ่งยังคงติดปัญหาและอุปสรรคอยู่ ปัจจุบันศุลกากรใช้ระบบ EDI แต่ภาคเอกชนใช้ระบบ API ที่รวดเร็วกว่าและมีโครงสร้างที่ง่ายกว่าในการใช้งาน ในอนาคตมองว่าถ้าเราสามารถสร้างระบบศุลกากรขึ้นมาใหม่โดยสามารถโต้ตอบและเชื่อมโยงได้กับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลพิกัดศุลกากรระหว่างประเทศที่สามารถตรวจสอบภาษีในการขนส่งสินค้าได้อย่างแม่นยำก็จะทำให้การส่งออกสินค้าสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

Q4. การให้บริการอีโกลิสติกส์ของบริษัท DHL ท่านคิดว่าสามารถขยายฐานลูกค้าได้จริงหรือไม่?

- DHL เป็นบริษัทที่มีการให้บริการโลจิสติกส์แบบครบวงจร ตั้งแต่สินค้าชิ้นเล็กไปจนถึง Container load โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการ DHL มีความพร้อมในการพัฒนาตลาด e-Commerce โดยสิ่งที่กำลังจะดำเนินการต่อ คือ การพัฒนาเทคโนโลยีที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- DHL มีการวางยุทธศาสตร์ Digital เอาไว้ชัดเจน ซึ่งจุดประสงค์หลัก คือ ทำอย่างไรให้การส่งสินค้าไปทั่วโลกทำได้เร็วขึ้น โดย DHL จะเป็นผู้ลงทุนด้านเทคโนโลยีให้ บริษัทจึงเริ่มต้นจากการนำ Online applications มาใช้ ยกตัวอย่างเช่น การสร้าง Mobile application โดยจะเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถใช้ Mobile วัตขนาดสินค้าและสามารถคำนวณน้ำหนัก เพื่อให้สามารถใช้ประกอบการคำนวณค่าส่งสินค้าได้ทันที และการนำเทคโนโลยี Augmented Reality : AR ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่นำเอาภาพเสมือน 3 มิติจำลองเข้าสู่โลกจริงผ่านกล้อง และมีการประมวลผลโดยการทำให้วัตถุ 3 มิติ (ภาพเสมือน) ทับซ้อนเข้ากับภาพจริงเป็นภาพๆ เดียว เข้ามาใช้สนับสนุนในการจัดการคลังสินค้า (Inventory)

Q5. จากประสบการณ์ของ DHL ขั้นตอนใดในระบบการขนส่งของไทยต้องมีการปรับเปลี่ยนเป็นระบบอีโกลิสติกส์?

- ในเมืองไทยถ้ามองในแง่ของ “พฤติกรรมผู้บริโภค” เปรียบเทียบระหว่างจำนวนประชากรกับผู้ใช้บริการ Mobile Phone เรามีรูปแบบการทำ e-Commerce ผ่าน Mobile Phone เป็นส่วนใหญ่อันเกิดมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่เข้าถึงตัวบุคคล ทำให้รูปแบบการค้าเปลี่ยนแปลงไป ในส่วนตัวคิดว่า การทำ Mobile Commerce กลายเป็นตลาดหลักของประเทศ ส่งผลให้รูปแบบการขนส่งสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ทุกอย่างจะเป็น Paperless
- ในส่วนภาคการส่งออกมีความเห็นว่าสินค้าบางรายการ ที่เป็น e-Commerce อาจไม่จำเป็นต้องทำออนไลน์เสมอไป แต่ต้องให้ความสำคัญเรื่องการทำ omni channel และศึกษาว่าทำอย่างไรถึงจะไม่มีการแบ่ง offline หรือ online อีกต่อไป
- ค่าขนส่งสินค้าถือว่าเป็น “ต้นทุนที่แพงที่สุด” สำหรับรูปแบบของการทำการค้า e-Commerce ดังนั้น ถ้าเราสามารถทำให้ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่งให้ผู้ซื้อเองได้ ก็จะทำให้ลดต้นทุนค่าขนส่งได้ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศจีนมีการบริการส่งสินค้าฟรีแต่ผู้ซื้อจะต้องมารับที่จุดรับสินค้าด้วยตนเอง ตามที่กำหนดเอาไว้

Q6. ท่านคิดว่า แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ จะมีประโยชน์กับผู้ประกอบการไทยอย่างไร

- ในภูมิภาคเอเชีย ตลาดศักยภาพสำคัญถ้าไม่รวมประเทศจีนแล้วยังมีตลาดอื่นๆ ที่มีกำลังซื้อเช่นกัน ได้แก่ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน อินโดนีเซีย เวียดนาม มาเลเซีย และออสเตรเลีย เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าตลาดเหล่านี้เป็นตลาดที่ผู้ซื้อและผู้ขายมีความเข้าใจในระบบการค้าออนไลน์สูง โดยหากนำกลุ่มประเทศเหล่านี้มารวมกันจะกลายเป็นตลาดใหญ่อีกหนึ่งกลุ่มและเป็นกลุ่มตลาดที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารได้ ส่วนตัวมองว่าผู้ประกอบการไทย เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการอยู่แล้ว ดังนั้นหากผู้ประกอบการไทยสามารถเปิดตลาดใหม่ได้ ก็เชื่อได้ว่าเป็นกำไร
- แพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ จะมีประโยชน์กับผู้ประกอบการไทยก็ต่อเมื่อ e-Marketplace สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีการเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะของแบรนด์ ก็จะทำให้สามารถขยายตลาดได้โดยไม่ต้องพึ่งพาเว็บไซต์จากต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีสินค้าและบริการที่หลากหลาย รวมถึง การทำ e-Commerce ในไทยอาจไม่จำเป็นต้องปิดการขายออนไลน์ แบบ end to end (N2N) เพราะการขายออนไลน์มองได้ในหลายมิติ ซึ่งต้องมองถึงความต้องการของตลาดว่าการให้บริการสามารถตอบโจทย์ผู้ใช้บริการมากน้อยแค่ไหน

Q7. ในอนาคตหากมีการปรับปรุงแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น DHL จะเข้าร่วมหรือไม่

- ปัจจุบัน DHL ได้มีความร่วมมือกับ Thaitrade.com ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในเรื่องการขนส่งสินค้า ทั้งในและต่างประเทศ อยู่แล้ว หากมีระบบดังกล่าวมาช่วยพัฒนาและส่งเสริมให้ Thaitrade.com มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ในฐานะ National e-Marketplace ก็มีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะให้การสนับสนุนในลำดับต่อไป

b. บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกการจัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

1. บริษัท ไทยพีพีเอฟ (ThaiPPF) จำกัด

คุณพัฒนพงษ์ ถาวงศ์

สินค้าส่งออก: มะพร้าว มะม่วง สดและแปรรูปขั้นต้น

ตลาดหลัก: จีน สหรัฐฯ รัสเซีย อียู สแกนดิเนเวีย

ช่องทางการขายสินค้า: ทั้งแบบออนไลน์และติดต่อผ่านอีเมล

ส่วนที่ 1: การเข้าสู่ตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในฐานะผู้ขาย

1. บริษัทของท่านเคยขายสินค้าออนไลน์ไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศหรือไม่ (เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว)

ปกติ บริษัทฯ ใช้แพลตฟอร์มขายออนไลน์ต่างประเทศ เช่น Alibaba Amazon eBay อยู่แล้ว ในขณะที่ แพลตฟอร์มในประเทศจะใช้บริการของ Thaitrade โดยบริษัทสมัครเป็นสมาชิกตั้งแต่ที่เปิดตัวช่วงแรกๆ นอกจากนั้นยังมีแพลตฟอร์มอื่นๆ เช่น Shopee Lazada kaidee เป็นต้น

สนับสนุนให้ภาครัฐ ยกย่อง Thaitrade เป็น National e Trading Platform (แพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ) ได้สมบูรณ์ที่สุด ประกอบกับ Thaitrade ควรมีรูปแบบการใช้งานที่สะดวกและเหมาะสมกับผู้ประกอบการ เช่น การอัปเดตรูปภาพขึ้นเว็บไซต์ปัจจุบัน มีเงื่อนไขการ Resize รูปภาพก่อนโพสต์ ผู้ประกอบการที่ไม่มีความชำนาญในเรื่องดังกล่าวอาจมีปัญหา

2. บริษัทของท่านใช้ช่องทางใดในการติดต่อบริษัทลูกค้าต่างประเทศ ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์

ปกติบริษัทฯ ใช้ช่องทางการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในการติดต่อลูกค้าต่างประเทศ สำหรับการเจรจาเบื้องต้น ฝ่ายฟิงชั่น Chat ที่มีอยู่ในแพลตฟอร์ม หลังจากนั้นจะใช้วิธีติดต่อผ่านอีเมลตรงระหว่างผู้ซื้อปลายทาง ข้างนอกแพลตฟอร์มในการเจรจาในลำดับต่อไป ส่วนใหญ่จะไม่ใช้ Function ที่มีอยู่ในแพลตฟอร์มนั้นๆ เนื่องจากว่าการติดต่อช่องทางข้างนอกโดยตรงมีความสะดวกมากกว่าและมีความเป็นส่วนตัว Chat ที่มีอยู่ในแพลตฟอร์ม

3. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญต่อการขายสินค้าออนไลน์ไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศของบริษัทท่านคืออะไร

ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าไปต่างประเทศ มีราคาค่อนข้างสูง เสนอให้ผู้ให้บริการ Logistic Service Provider: LSP/ Freight Forwarder เข้ามาร่วมในแพลตฟอร์ม เพื่อให้มีการเสนอราคาที่มีความหลากหลายและสามารถต่อรองได้ ผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์สามารถบริหารต้นทุนการส่งสินค้าได้รอบคอบมากขึ้น

4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของบริษัทท่านไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศมากขึ้น

เห็นด้วย เนื่องจากการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริง และหากเป็นหน่วยงานภาครัฐช่วยส่งเสริมการทำ National e Trading Platform ด้วยจะเป็นการช่วยผู้ประกอบการขนาดย่อยได้เป็นอย่างดี แต่ต้องเน้นว่าต้องทำระบบให้ครบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็น การโปรโมทแพลตฟอร์มให้ต่างประเทศรับรู้และสามารถเข้ามาซื้อขาย ค้นหา ในแพลตฟอร์มนี้ได้จริง, แพลตฟอร์มควรมีการคัดกรองลูกค้า (Know Your Customer : KYC) ที่เป็นผู้ซื้อต่างประเทศ สร้างความมั่นใจในการประกอบธุรกิจ รวมถึงการสนับสนุนด้านอื่นๆ เช่น การสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน การจัดการด้านเอกสารการส่งออก การรองรับชำระเงินที่หลากหลาย อำนวยความสะดวกการติดต่อผู้ให้บริการขนส่ง ในราคาพิเศษ การขยายตลาดและฐานลูกค้าต่างประเทศ การคำนวณ/เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการส่งออกให้อัตโนมัติ ควบคุมมาตรฐานการผลิตเพื่อการส่งออก การเชื่อมต่อกับระบบคลังสินค้าของบริษัท การคัดกรองลูกค้าเป้าหมาย เป็นต้น

5. ท่านคิดว่าการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?

การขายออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริง - แต่เนื่องจากสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าเกษตรฯ เช่น มะพร้าวแปรรูป มะม่วง แล้วส่งออกขายในตลาดจีน สหรัฐฯ และออสเตรเลีย เป็นหลัก ปัญหาส่วนใหญ่ของสินค้าเกษตรฯ คือ เรื่องของการขอใบอนุญาตจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน หากการขอใบอนุญาตสามารถเพิ่มเข้ามาอยู่บนแพลตฟอร์มนี้ได้ จะช่วยอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการได้มาก

การใช้แพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เข้ามาช่วยผู้ประกอบการโดยเฉพาะสินค้าเกษตร จะช่วยลดปัญหาเรื่องของคลัง (โดยเฉพาะคลังจีน) ที่เข้ามาบริหารจัดการราคาสินค้าเกษตรได้และไม่เป็นการเอาเปรียบเกษตรกรและผู้ประกอบการผู้ประกอบการไทย ขาดข้อมูลของคู่ค้าปลายทาง ซึ่งหากเป็นไปได้แพลตฟอร์มดังกล่าวควรมีข้อมูลของผู้ประกอบการรายสินค้าของแต่ละประเทศเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้และเป็นการอำนวยความสะดวกทางการค้าเป็นอย่างดี

6. การขายสินค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์ อาจมีความจำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ขายซึ่งเป็นระบบของบริษัทท่าน เช่น ระบบการจัดการสินค้าคงคลัง หรือระบบวางแผนทรัพยากรวิสาหกิจ (Enterprise Resource Planning: ERP) เข้ากับแพลตฟอร์มฯ เพื่ออัปเดตข้อมูลแก่บริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศแบบทันที (Real time) บริษัทของท่านมองว่าโปรแกรมดังกล่าว มีความจำเป็นมากน้อยเพียงใด และมีความพร้อมในการลงทุนในระบบดังกล่าวหรือไม่ (เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว)

ไม่เห็นด้วย เนื่องจากปกติการติดต่อซื้อขายผู้ประกอบการมักจะมาเจรจากันภายหลังประกอบกับมีเรื่องของการต่อรองราคาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะฉะนั้นระบบ ERP/Real time อาจไม่มีความจำเป็น โดยหลักของการค้าขายลูกค้าจะสนใจว่าจะได้สินค้าเมื่อไหร่มากกว่าที่จะรู้ว่าสินค้าอยู่ใน stock เท่าไหร่ อีกประการหนึ่งคือหากผู้ซื้อสามารถทราบปริมาณสินค้าที่มีอยู่แบบ Realtime จะทำให้ SME เสียเปรียบรายใหญ่ที่มีปริมาณสินค้าเยอะสามารถรันตีสินค้าได้แน่นอนกว่ารายเล็กที่โชว์ปริมาณสินค้าที่ค่อนข้างจำกัด เป็นข้อจำกัดให้ผู้ประกอบการรายย่อยเสียเปรียบ

ยกตัวอย่างใน Alibaba มี Message center เอาไว้ get quotation / Invoice / B/L ระหว่างกัน เป็นการซื้อขายหลังร้าน ไม่ได้ซื้อขายกันโดยตรง อีกอย่างคนไทยไม่สามารถขายบนแพลตฟอร์ม Alibaba ได้ ต้องเป็นคนจีนเท่านั้น

7. ถ้าจะมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของบริษัทท่านไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศ ท่านคิดว่า ใครควรเป็นผู้รับรองหรือตรวจสอบว่า ผู้ซื้อเป็นตัวตนอยู่จริง (KYC Buyer)

เห็นด้วยให้มีการคัดกรอง โดยใช้ให้ผู้ขายรับรองผู้ซื้อที่เคยค้ากันมาก่อน ให้ทูตพาณิชย์ในต่างประเทศ และหน่วยงานหอการค้าในต่างประเทศรับรองและช่วยตรวจสอบและแชร์ข้อมูลผู้ซื้อผู้ขายต่างประเทศ หน่วยงานรับรองและยืนยันตัวตนที่มาได้ชัดเจน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการตัดสินใจทำธุรกิจได้ง่ายมากขึ้น

8. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หาก “แพลตฟอร์มกลาง” จะช่วยแจ้งเตือน “ผู้ขาย” ให้ทราบว่าเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจาก “ผู้ซื้อ” จากต่างประเทศ “ผู้ขาย” ต้องเตรียมเอกสารประกอบที่สอดคล้องกับกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าของประเทศนั้น เพื่อให้ “ผู้ขาย” สามารถจัดเตรียมได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน เช่น ใบรับรองการนำเข้า เป็นต้น เห็นด้วย เพราะเหตุใด เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อย ยังไม่มีความชำนาญในขั้นตอนของเอกสารและกฎระเบียบของประเทศปลายทาง หากนำเอาข้อมูลหรือเงื่อนไขของการส่งสินค้าเข้าไปยังประเทศปลายทางของสินค้าแต่ละชนิดได้จะเป็นการช่วยอำนวยความสะดวก ลดขั้นตอนการติดต่อแต่ละหน่วยงานภาครัฐ อย่างน้อยให้มีเชื่อมโยงระบบการขอใบอนุญาตอยู่บนแพลตฟอร์มไว้ก่อนล่วงหน้า แล้วให้คนเข้ารับอย่างเดียวจะเป็นสิ่งที่ช่วยผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี ประกอบกับสามารถช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าได้ในปริมาณมากขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย

ส่วนที่ 2: การบริการที่สนับสนุนด้านการเงิน และระบบการชำระเงินออนไลน์

1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับการใช้พื้นที่บนแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อกำหนดวิธีการชำระเงินระหว่างบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศและบริษัทผู้ขาย เช่น Advance payment (T/T), Open Account (O/A), Documentary Bill for Collection (D/P, D/A), Letter of Credit (L/C) เป็นต้น เห็นด้วย ทุกวันนี้บริษัทใช้เทอมการชำระเงินแบบ TT เป็นหลัก โดยใช้ช่องทางโอนเงินผ่าน We chat pay ของจีน and Mpay – AIS ของไทย ซึ่งค่อนข้างสะดวกมากไม่ต้องมีเงื่อนไขยุ่งยากเหมือนการเปิด LC กรณีที่เป็นกลุ่มเกษตรกร ชุมชนที่ต้องการขายรายย่อย ต้องให้โอนเงินเข้ามาในระบบเหมือน e-Wallet เอาไว้ก่อนแล้วแพลตฟอร์มคอยตัดเงินชำระให้ผู้ซื้อโดยหักเป็นค่าบริการไป

สนับสนุนให้ทำการแลกเปลี่ยนแบบ Direct quotation โดยไม่ผ่านสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ เพื่อลดขั้นตอนและความล่าช้าในการได้รับชำระเงิน

ปัจจุบันผู้ประกอบการรายเล็ก ไม่นิยมเปิด LC เนื่องจากความยุ่งยากของขั้นตอนเอกสาร การใช้คำว่า Copy Invoice ไม่ใช่ Original invoice ก็ไม่สามารถขึ้นเงินได้เลย ประกอบกับผู้ประกอบการรายเล็กไม่มีศักยภาพที่จะไปต่อรองเงื่อนไขเหล่านี้ และไม่มีความรู้ด้านกฎหมายที่จะสามารถดำเนินการได้ จึงนิยมใช้แบบ TT มากกว่า เสนอว่าหากเป็นไปได้ ควรจะมี LC online หรือที่ปรึกษากฎหมายเพื่อสอบถามกรณีเกิดปัญหากับผู้ซื้อ ผู้ขาย ปลายทางในเรื่องของเทอมการชำระเงินได้หรือไม่

2. บริการสนับสนุนด้านการเงิน (Financial Services)

ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากธนาคารเสนอให้มีการเปิด LC พร้อมการทำประกันความเสี่ยงด้านการชำระเงิน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการ (SMEs)

เห็นด้วย แต่ต้องเป็นความสมัครใจของผู้ประกอบการ ไม่บังคับว่าหากไม่ทำประกันจะไม่ให้สินเชื่อ

ส่วนที่ 3: การใช้บริการด้าน Logistic ผ่านรูปแบบการค้าออนไลน์

1. เห็นด้วยหรือไม่ Platform B2B ควรเชื่อมโยงเข้ากับ National Single Window: NSW ของกรมศุลกากร เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของใบอนุญาตและขั้นตอนพิธีการศุลกากรทั้งหมด

เห็นด้วย เพราะเหตุใด เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วในการดำเนินการ อีกทั้งข้อมูลควรมีความเชื่อมโยงบนแพลตฟอร์มฯ ไม่ว่าจะ เป็น ใบอนุญาตและขั้นตอนพิธีการศุลกากร ต่างๆ ที่มีความซับซ้อน ประกอบกับผู้ประกอบการขนาดเล็กอาจยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะดำเนินการเรื่องดังกล่าว โดยเฉพาะการไปติดต่อในแต่ละสถานที่ราชการที่เกี่ยวข้อง การมีแพลตฟอร์มที่สามารถอธิบายและดำเนินการได้ทันที จะเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจและบริหารจัดการขายสินค้าได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เม็ดเงินไหลเข้าประเทศได้มากขึ้นตามปริมาณการขายสินค้า

2. ท่านคิดว่าปัจจุบัน NSW สามารถอำนวยความสะดวกได้จริงหรือไม่

ปัจจุบัน NSW สามารถอำนวยความสะดวกได้ระดับหนึ่งเท่านั้น แต่ยังคงต้องเร่งสร้างความเชื่อมโยงกันหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในแต่ละสินค้า เช่น ใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นให้ได้สมบูรณ์มากที่สุด รวมถึงให้ความรู้เรื่องผู้ประกอบการในเงื่อนไข เอกสารสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น Form A, E ต้องใช้เอกสารประกอบอะไรบ้าง เป็นต้น

3. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเข้ามาเลือกใช้บริการ Logistic Service Provider: LSP ได้ในแพลตฟอร์มออนไลน์ และสามารถเปรียบเทียบราคาการขนส่งสินค้าของแต่ละบริษัท LSP ได้
เห็นด้วย เนื่องจากจะเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการ และสามารถเร่งการตัดสินใจในการทำธุรกิจกับลูกค้าปลายทางได้เร็วยิ่งขึ้น โดยปกติแล้วบริษัทฯ จะใช้เวลานานกว่าจะสามารถหาท่าเรือ สายเรือ ในการขนส่งสินค้าที่มีราคาที่สามารถยอมรับได้ ในบางครั้งอาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไม่ทำธุรกิจด้วย
4. กิจกรรมโลจิสติกส์ (Logistic Activity) ไต่บ้างที่ควรให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Platform)
การแชร์ข้อมูลเรื่องการขนส่งของแต่ละแพลตฟอร์มมี โดยเฉพาะสินค้าสดและเน่าเสียขาย เนื่องจากมีราคาค่าขนส่งสูงกว่าสินค้าทั่วไป และปัญหาที่สำคัญที่สุดของการขายสินค้าเกษตรฯ คือ การขนส่งสินค้าถึงลูกค้าปลายทางได้เร็วที่สุด เป็นเรื่องสินค้าที่มีความอ่อนไหว เสียหายได้ง่ายมาก ซึ่งหลายๆ แพลตฟอร์มไม่รับขายสินค้าที่เป็นของสด

ส่วนที่ 4: การเจรจาต่อรองเงื่อนไขการค้าระหว่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มฯ (International Sale Contract)

1. ท่านเห็นว่า ควรมีเงื่อนไขใดบ้างที่สามารถเจรจาต่อรองได้บนแพลตฟอร์มออนไลน์
เห็นด้วยที่จะให้มีการเลือก Incoterm (International Commercial Terms) ได้บนแพลตฟอร์ม เพื่อความสะดวกหรือเป็นช่องทางเสริมหากผู้ซื้อผู้ขายไม่ต้องการติดต่อกันนอกรอบ
2. ปัจจุบันบริษัทของท่านนิยมใช้เงื่อนไขการส่งมอบสินค้า Incoterm (International Commercial Terms) แบบใด
CIF ผู้ขายส่งมอบสินค้าไว้บนเรือ ณ ประเทศต้นทาง

ส่วนที่ 5: การฝึกอบรมผู้ประกอบการที่ต้องการใช้บริการแพลตฟอร์ม

1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ว่าควรมีการอบรมผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ (ผู้ขาย/ผู้ส่งออก) เพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มออนไลน์
เห็นด้วย ที่จะให้มีการอบรมเรื่องการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรูปแบบการค้าในปัจจุบันมากขึ้น เช่น ระบบการขนส่งสินค้า ขั้นตอนการชำระเงิน
ข้อเสนอแนะอื่นๆ
1. แพลตฟอร์ม ควรจะต้องมีรายชื่อผู้ประกอบการ (Buyer) ของประเทศปลายทางแต่ละภูมิภาค แยกกลุ่มสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถติดต่อซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มได้ในลำดับต่อไป
2. ควรใช้วิธีตลาดนำระบบ กำหนดรายชื่อผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มสินค้าในแต่ละประเทศ หรือแต่ละโซน ไว้ในแพลตฟอร์ม เพื่อให้ผู้ประกอบการไทย สามารถตรวจสอบรายชื่อลูกค้าปลายทางได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และสามารถเพิ่มปริมาณลูกค้าได้จริงจากการสืบค้นผ่านแพลตฟอร์ม
3. ควรมีการ วิเคราะห์ผู้ซื้อ ผู้ขาย ก่อนในเบื้องต้นเพื่อให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายเกิดความมั่นใจซึ่งกันและกัน และมั่นใจต่อการเข้ามาลงทะเบียนใช้แพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วย
4. ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเร่งเปิดเสรีทางการค้า เพื่อขยายฐานตลาดออกไปยังภูมิภาคอื่นทั่วโลกและต้องมีการเชื่อมโยงเอกสารสิทธิประโยชน์ทางการค้าบนแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควบคู่กัน
5. เสนอให้ Thaitrade ปรับรูปแบบการ PR ให้เอาตลาดนำระบบ โปรโมทแพลตฟอร์มให้ทั่วโลกรู้จักและเข้ามาใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มดังกล่าว ให้เป็นเหมือนประตูสู่ประเทศไทย ให้ผู้ประกอบการเข้ามาแข่งขันกันอย่างเสรี
6. ขั้นตอนการเข้าเป็นสมาชิกระหว่าง Thaitrade and Alibaba // จากประสบการณ์พบว่า Alibaba มีขั้นตอนการสมัครง่ายกว่า ซึ่งจะมีสองรูปแบบ คือ Member Free ขายของได้เหมือนกันแต่ไม่ติดหน้าแรก อีกประเภทหนึ่งคือเสียเงินค่าสมัครจะถูกแยกเข้ามาอยู่ในกลุ่ม Gold member ซึ่งจะได้รับโปรโมทติดดาวแล้วจะปรับขึ้นมาที่หน้าแรกของแพลตฟอร์ม ในส่วนของ Thaitrade จะต้องมีเงื่อนไขใบอนุญาตต่างๆ ที่ต้องยื่นพร้อมใบสมัครเพื่อลงทะเบียนกับ Thaitrade แต่ Alibaba ใช้แค่อีเมลในการสมัครเท่านั้น แต่จะมีเจ้าหน้าที่ที่เป็นคนไทยโทรมาสอบถามเพื่อยืนยันว่าใช้บริษัท ที่สมัครเข้ามาหรือไม่ เพียงเท่านี้ก็สามารถขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม Alibaba ได้แล้ว
7. Tactic Alibaba ที่ดึงดูดให้ผู้ขายและผู้ซื้อ ต้องคอยเฝ้าติดตามและอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ และให้ status Active อยู่ตลอดเวลาบนแพลตฟอร์ม คือ 1. ผู้ขาย ผู้ซื้อจะต้อง Feedback กลับลูกค้าทันทีที่มีการสอบถามข้อมูลสินค้าผ่าน Online chat หากไม่มีการตอบในทันทีจะทำให้ Score or Rating ของผู้ขายสินค้าลดลงไปอยู่หน้าหลังๆ ของ

แพลตฟอร์ม และต้องมีบทสนทนาเกิดขึ้นทุกวันเพื่อรักษาอันดับของตัวเองให้ Active 2. ผู้ขาย ผู้ซื้อต้อง log in online ทุกวัน หากไม่มีการ Log in จะทำให้ score ของผู้ขายลดลงทันที

2. บทสัมภาษณ์ บริษัท Kevina จำกัด

คุณอรุณสวัสดิ์ ภูริทัตพงศ์ : Sale and Marketing Communication Manager

สินค้าส่งออก: สินค้าสมุนไพรโล่ง (Organic) อาหารสัตว์เลี้ยง

ตลาดหลัก: อาเซียน

ช่องทางการขายสินค้า: Social Media มีตัวแทนที่รับสินค้าไปขายกว่า 500 คน

Platform eCommerce Cross Border: Thaitrade / Facebook / Line Channel / Shopee / Lazada / Blog

ส่วนที่ 1: การเข้าสู่ตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในฐานะผู้ขาย

1. บริษัทของท่านเคยขายสินค้าออนไลน์ไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศหรือไม่ (เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว)

บริษัทฯ ขายสินค้าผ่าน Social Media เช่น การเปิดเพจ Facebook / Instagram และเว็บไซต์ของบริษัทฯ แต่ไม่ได้ขายผ่าน B2B or B2C platform ใดเป็นหลัก จะมีก็แค่ Thaitrade.com ที่เป็นสมาชิก และก็มีลูกค้าต่างประเทศติดต่อเข้ามาอยู่เรื่อยๆ ด้วยช่องทางการติดต่อผ่านอีเมลเป็นหลัก และจากการเข้าเป็นสมาชิก Thaitrade บริษัทฯ ได้มีการออกงานแสดงสินค้ากับ กรมส่งเสริมฯ อย่างต่อเนื่องและมีฐานลูกค้าต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น แต่ยังคงใช้ช่องทางอีเมลในการเจรจาธุรกิจ เช่นเดิม

อย่างไรก็ตาม สนับสนุนให้ภาครัฐ ยกย่อง Thaitrade เป็น National e Trading Platform (แพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ) โดยเฉพาะหากแพลตฟอร์มสามารถคัดกรองผู้ซื้อต่างประเทศ ต้องมีตัวตนที่ชัดเจนได้ จะช่วยเพิ่มความมั่นใจในการทำธุรกิจมากขึ้น ซึ่ง Thaitrade ยังไม่สามารถการันตีเรื่องนี้ได้

2. บริษัทของท่านใช้ช่องทางใดในการติดต่อบริษัทลูกค้าต่างประเทศ ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์

ช่องทาง Thaitrade / Social Media – ติดต่อขอเป็นตัวแทนจำหน่าย / Email

3. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญต่อการขายสินค้าออนไลน์ไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศของบริษัทท่านคืออะไร

เรื่องความยุ่งยากของการขอเอกสาร (ใบอนุญาต/ใบรับรอง) และความการดำเนินพิธีการศุลกากร โดยในส่วนของ การขอเอกสาร Requirement ของประเทศปลายทาง ไม่ชัดเจนลูกค้า Buyer หรือบริษัทขนส่งสินค้าที่ใช้บริการไม่สามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจน หากระบบหรือแพลตฟอร์มสามารถช่วยสนับสนุนรายละเอียดเหล่านี้ได้จะเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการได้เป็นอย่างมาก

4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของบริษัทท่านไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศมากขึ้น

เห็นด้วย เนื่องจากการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริง และหากเป็นหน่วยงานภาครัฐช่วยส่งเสริมการทำ National e Trading Platform ด้วยจะเป็นการช่วยผู้ประกอบการขนาดย่อมได้เป็นอย่างดี แต่ต้องเน้นว่าต้องทำระบบให้ครบทุกขั้นตอน และการประชาสัมพันธ์แพลตฟอร์มให้ต่างประเทศรับรู้และสามารถเข้ามาซื้อขายสินค้าไทยได้ เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด

5. ท่านคิดว่าการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?

เห็นด้วยว่าปัจจุบันการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริง แต่เป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น หรือประมาณ 10% ของสินค้าทั้งหมด ส่วนที่เหลือจะเป็นการขายสินค้าที่ผู้ซื้อสามารถเข้ามาจับต้องสินค้าได้ สัมผัสกลิ่นของผลิตภัณฑ์บรรยายสรรพคุณ จากนั้นผู้ซื้อถึงจะตัดสินใจซื้อ เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางอย่างจะต้องเข้ามาสัมผัส ทดลองใช้ก่อนจึงจะสามารถตัดสินใจซื้อได้

ดังนั้น พัฒนาแพลตฟอร์ม Thaitrade ให้สามารถซื้อขายได้บนแพลตฟอร์มจะช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยในเรื่องช่องทางการตลาดได้อีกเยอะมาก เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยบางรายอาจไม่มีกำลังเพียงพอที่จะสร้างแพลตฟอร์มหรือเข้าไปใช้แพลตฟอร์มระดับโลกในการขายสินค้าได้อย่างทั่วถึง หากแต่การใช้ช่องทางออกงานแสดงสินค้าควบคู่ไปเป็นใบเบิกทางเพื่อให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ก่อน แล้วถึงมาต่อยอดซื้อสินค้าผ่านช่องทางของ Thaitrade ต่อไป

แต่ในส่วนของบริษัทฯ จะได้ลูกค้าจากการไปออกงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ จากนั้นก็มาติดต่อซื้อขาย ภายหลัง แต่ยังไม่เคยได้รับการติดต่อผ่านช่องทางของ Thaitrade เลยตั้งแต่ร่วมงานกับ Thaitrade มา

6. การขายสินค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์ อาจมีความจำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ขายซึ่งเป็นระบบของบริษัทท่าน เช่น ระบบการจัดการสินค้าคงคลัง หรือระบบวางแผนทรัพยากรวิสาหกิจ (Enterprise Resource Planning: ERP) เข้ากับแพลตฟอร์ม เพื่ออัปเดตข้อมูลแก่บริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศแบบทันที (Real time) บริษัทของท่านมองว่าโปรแกรมดังกล่าว มีความจำเป็นมากน้อยเพียงใด และมีความพร้อมในการลงทุนในระบบดังกล่าวหรือไม่ (เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว)

เห็นด้วย หากมีระบบที่เชื่อมโยงและสามารถตรวจสอบสินค้าคงคลังได้แบบ Real Time หากแต่ว่าการเห็นสินค้าคงคลังทั้งของผู้ซื้อนั้นอาจจะไม่มีความจำเป็นเท่าใดนัก เนื่องจาก สินค้าที่โพสต์ขายออนไลน์ส่วนใหญ่จะไม่ได้บอกปริมาณสินค้าคงคลังของผู้ขายแต่จะเป็นการโชว์สินค้า แพคเกจจิ้ง ขนาดของสินค้า ขายปลีก ขายส่ง เท่านั้น

ในส่วนของปริมาณความต้องการของผู้ซื้อจะทำการติดต่อภายหลัง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้ขายจะรู้ปริมาณสินค้าของตัวเอง และสินค้าที่สามารถซัพพลายให้ผู้ซื้อได้ว่าจะสามารถรองรับความต้องการซื้อได้ในปริมาณเท่าใด อีกทั้งผู้ซื้อจะสนใจราคาสินค้าที่มีความหลากหลายมากกว่า

อย่างไรก็ตาม หากระบบ ERP/Real time จะเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกมากขึ้น ขอเสนอให้เป็นการเชื่อมโยงระหว่างซัพพลายเออร์ของผู้ขายเพื่อแชร์ข้อมูลสินค้าหรือวัตถุดิบระหว่างกัน เพื่อให้สามารถคำนวณต้นทุน ราคาและปริมาณสินค้าที่รองรับความต้องการของผู้ซื้อต่างประเทศ จากการติดต่อผ่านแพลตฟอร์ม น่าจะเป็นประโยชน์มากกว่า

7. ถ้าจะมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของบริษัทท่านไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศ ท่านคิดว่า ใครควรเป็นผู้รับรองหรือตรวจสอบว่า ผู้ซื้อมีตัวตนอยู่จริง (KYC Buyer)

เห็นด้วย ให้มีการคัดกรอง โดยใช้ให้ผู้ขายรับรองผู้ซื้อที่เคยค้ากันมาก่อน หรือให้ทูตพาณิชย์ในต่างประเทศ ช่วยรับรองและช่วยตรวจสอบและแชร์ข้อมูลผู้ซื้อผู้ขายต่างประเทศ ว่ามีตัวตนที่ชัดเจน ซึ่งจะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการตัดสินใจทำธุรกิจได้ง่ายมากขึ้น หรือทำในลักษณะเดียวกับที่ Thaitrade คัดกรองผู้ขายในไทย ก่อนที่จะให้มีการลงทะเบียนกับเว็บไซต์

ปัจจุบันผู้ประกอบการที่ซื้อขายออนไลน์ ใช้วิธีการพิจารณาจากการจัดอันดับ Best Seller Best Buyer หรือการที่มีจำนวนผู้ซื้อผู้ขายเข้ามาติดต่อกับบริษัทขายสินค้าออนไลน์เยอะเป็นตัวคัดกรองความเชื่อมั่นที่จะธุรกิจร่วมกับบริษัทนี้เป็นต้น

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการที่เป็นรายเล็กมักจะมีขาดข้อมูลของคู่ค้าปลายทาง ทำให้เกิดข้อผิดพลาดหรือส่งสินค้าไปแล้วไม่มีการตอบกลับจากลูกค้าต่างประเทศ ทำให้เกิดความเสียหายถึงขั้นล้มได้ ดังนั้นการมีข้อมูลของผู้ประกอบการรายสินค้าของแต่ละประเทศเป็นการอำนวยความสะดวกทางการค้าเป็นอย่างดี

การขอทราบข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐ ผู้ประกอบการสามารถขอข้อมูลผู้ซื้อในต่างประเทศได้จากกรมส่งเสริมการค้าต่างประเทศ ได้ แต่มีข้อจำกัดเรื่องของจำนวนบริษัทที่อนุญาตให้ขอ/วัน โดยในบางครั้งข้อมูลที่ได้ไม่มีการปรับปรุงหรืออัปเดต ผู้ซื้อบางรายปิดกิจการไปแล้ว

8. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หาก “แพลตฟอร์มกลาง” จะช่วยแจ้งเตือน “ผู้ขาย” ให้ทราบว่าเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจาก “ผู้ซื้อ” จากต่างประเทศ “ผู้ขาย” ต้องเตรียมเอกสารประกอบที่สอดคล้องกับกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าของประเทศนั้น เพื่อให้ “ผู้ขาย” สามารถจัดเตรียมได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน เช่น ใบรับรองการนำเข้า เป็นต้น

เห็นด้วย เพราะเหตุใด เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อย ยังไม่มีความชำนาญในขั้นตอนของเอกสารและกฎระเบียบของประเทศปลายทาง หากนำเอาข้อมูลหรือเงื่อนไขของการส่งสินค้าเข้าไปยังประเทศปลายทางของสินค้าแต่ละชนิดได้จะเป็นการช่วยอำนวยความสะดวก ลดขั้นตอนการติดต่อแต่ละหน่วยงานภาครัฐ

ส่วนที่ 2: การบริการที่สนับสนุนด้านการเงิน และระบบการชำระเงินออนไลน์

1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับการใช้พื้นที่บนแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อกำหนดวิธีการชำระเงินระหว่างบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศและบริษัทผู้ขาย เช่น Advance payment (T/T), Open Account (O/A), Documentary Bill for Collection (D/P, D/A), Letter of Credit (L/C) เป็นต้น

เห็นด้วย ปัจจุบัน บริษัทฯ ไม่ได้ใช้ช่องทางการชำระเงินผ่านแพลตฟอร์ม ยกตัวอย่างเช่น อาลีบาบา ก็มีฟังก์ชันการชำระเงิน แต่จะใช้รูปแบบการชำระเงินแบบ T/T Advance Payment เป็นหลักการขายสินค้ากับลูกค้าต่างประเทศ เหตุผลที่ไม่เปิด LC คือ เรื่องความซับซ้อนหลายขั้นตอน โดยเฉพาะเรื่องของเอกสาร หากแพลตฟอร์มช่วยอำนวยความสะดวกเรื่องดังกล่าวคาดว่าจะทำให้มียอดขายสินค้าเพิ่มมากขึ้นแน่นอน

2. บริการสนับสนุนด้านการเงิน (Financial Services)

เห็นด้วยหรือไม่ หากธนาคารเสนอให้มีการเปิด LC พร้อมการทำประกันความเสี่ยงด้านการชำระเงิน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการ (SMEs)

เห็นด้วย แต่ต้องเป็นความสมัครใจของผู้ประกอบการ ไม่บังคับว่าหากไม่ทำประกันจะไม่ให้สินเชื่อ

ส่วนที่ 3: การใช้บริการด้าน Logistic ผ่านรูปแบบการค้าออนไลน์

1. เห็นด้วยหรือไม่ Platform B2B ควรเชื่อมโยงเข้ากับ National Single Window: NSW ของกรมศุลกากร เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของใบอนุญาตและขั้นตอนพิธีการศุลกากรทั้งหมด

เห็นด้วย เพราะเหตุใด เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วในการดำเนินการ อีกทั้งข้อมูลควรมีความเชื่อมโยงบนแพลตฟอร์มฯ และผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้ามาดำเนินการได้ และเป็นการลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายได้มาก ประกอบกับขั้นตอนพิธีการศุลกากร ต่างๆ ที่มีความซับซ้อน ประกอบกับผู้ประกอบการขนาดเล็กอาจจะยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะดำเนินการเรื่องดังกล่าว โดยเฉพาะการไปติดต่อในแต่ละสถานที่ราชการที่เกี่ยวข้อง การมีแพลตฟอร์มที่สามารถอธิบายและดำเนินการได้ทันที จะเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจและบริหารจัดการขายสินค้าได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเข้ามาเลือกใช้บริการ Logistic Service Provider: LSP ได้ในแพลตฟอร์มออนไลน์ และสามารถเปรียบเทียบราคาการขนส่งสินค้าของแต่ละบริษัท LSP ได้

เห็นด้วย เนื่องจากจะเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการ และสามารถเร่งการตัดสินใจในการทำธุรกิจกับลูกค้าปลายทางได้ รวดเร็วขึ้น โดยปกติแล้วบริษัทฯ จะใช้เวลานานกว่าจะสามารถหาท่าเรือ สายเรือ ในการขนส่งสินค้าที่มีราคาที่สามารถยอมรับได้ในบางครั้งอาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไม่ทำธุรกิจด้วย ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าไปต่างประเทศ มีราคาค่อนข้างสูง เสนอให้ผู้ให้บริการ Logistic Service Provider: LSP/ Freight Forwarder เข้ามาร่วมในแพลตฟอร์ม เพื่อให้มีการเสนอราคาที่มีความหลากหลายและสามารถต่อรองได้

3. กิจกรรมโลจิสติกส์ (Logistic Activity) ใดบ้างที่ควรให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Platform)

การแชร์ข้อมูลเรื่องการขนส่งเข้ามาที่แพลตฟอร์ม เช่น การโปรโมทหรือโฆษณาของผู้ให้บริการ LSP สำหรับแข่งขันสินค้าและบริการของผู้ให้บริการแต่ละบริษัท ให้มีความหลากหลายและเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการและสามารถเก็บค่าโฆษณาได้จากการเข้ามาประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการกลุ่มนี้ด้วยอีกทางหนึ่ง

ส่วนที่ 4: การเจรจาต่อรองเงื่อนไขการค้าระหว่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มฯ (International Sale Contract)

1. ท่านเห็นว่า ควรมีเงื่อนไขใดบ้างที่สามารถเจรจาต่อรองได้บนแพลตฟอร์มออนไลน์

เห็นด้วย ที่จะให้มีการเลือก Incoterm (International Commercial Terms) ได้บนแพลตฟอร์ม เพื่อความสะดวกหรือเป็นช่องทางเสริมหากผู้ซื้อผู้ขายไม่ต้องการติดต่อกันนอกรอบ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. เสนอให้มีการประชาสัมพันธ์แบบ Success Full Case / PR pack สำหรับผู้ประกอบการที่ได้ Business matching ที่มีการติดต่อกับผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ในต่างประเทศ เพื่อดึงดูดให้ผู้ซื้อ ผู้ขายได้เห็นผลลัพธ์ของการใช้เว็บไซต์ ThaiTrade เป็นสื่อกลางในการทำธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จได้จริง ขายสินค้าได้จริง
2. การทำ One Stop Service สำหรับผู้ที่จะเข้ามาใช้เว็บไซต์ ThaiTrade ตอบทุกคำถาม รายชื่อลูกค้าต่างประเทศ การขอ ใบอนุญาตกลุ่มประเทศต่างๆ รวมถึงการแชร์ข้อมูลการติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการในประเทศ ต่างประเทศ ถ้ามีข้อมูล Success case ที่เห็นผลทำให้ผู้ประกอบการในประเทศอยากที่จะขายสินค้าอยู่แล้วไม่ว่าจะช่องทางไหนก็ตาม

3. บทสัมภาษณ์บริษัท Halo Corporation Co.,Ltd

คุณคณัฐ อรรถชัยภาวศุทธิ : Business Development Director & Co-Founder:

สินค้าส่งออก: ฝักและผลไม้ สดและแปรรูป, เครื่องดื่ม

ตลาดหลัก: สหรัฐฯ จีน

ช่องทางการขายสินค้า: ทั้งแบบออนไลน์และ Traditional Trade

Platform eCommerce Cross Border: Alibaba, Amazon (B2C) Fulfillment By Amazon: FBA

Domestic: Thaitrade

ส่วนที่ 1: การเข้าสู่ตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในฐานะผู้ขาย

1. บริษัทของท่านเคยขายสินค้าออนไลน์ไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศหรือไม่ (เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว)

ขายต่างประเทศสินค้าแปรรูป ในประเทศจะขายตาม Modern Trade รูปแบบของบริษัทฯ เข้าร่วมจะเป็น Amazon Prime – Amazon Thailand เข้ามา Coaching ช่วยบริหารจัดการสินค้าติดต่อประสานงานเพื่อนำสินค้าไปเก็บไว้ที่คลังสินค้าของ Amazon

Alibaba บริษัทฯ ขายผ่าน Platform ของจีน ซึ่งก็มีตัวแทนของอาลีบาบาในประเทศไทย ติดต่อประสานมาอยู่เรื่อยๆ เพื่อติดตามคล้ายๆ Amazon ซึ่งลูกค้าที่ติดต่อกลับมาไม่ใช่แค่ลูกค้าจีน อย่างเดียวมีทั้ง สเปน อิตาลี

สนับสนุนให้ภาครัฐ ยกย่องระดับ Thaitrade เป็น National e Trading Platform (แพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ) ได้สมบูรณ์ที่สุด โดยเฉพาะการคัดกรองผู้ซื้อต่างประเทศ ต้องมีตัวตนที่ชัดเจน ซึ่ง Thaitrade ยังไม่สามารถการันตีเรื่องนี้ได้

2. บริษัทของท่านใช้ช่องทางใดในการติดต่อบริษัทลูกค้าต่างประเทศ ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์

ปกติบริษัทฯ ใช้ช่องทางการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในการติดต่อลูกค้าต่างประเทศ สำหรับการเจรจาในเบื้องต้น ฝ่ายฝั่งจีน Chat ที่มีอยู่ในแพลตฟอร์ม หลังจากนั้นจะใช้วิธีติดต่อผ่านอีเมลตรงระหว่างผู้ซื้อปลายทาง ข้างนอกแพลตฟอร์มในการเจรจาในลำดับต่อไป ส่วนใหญ่จะไม่ใช้ Function ที่มีอยู่ในแพลตฟอร์มนั้นๆ เนื่องจากว่าการติดต่อช่องทางข้างนอกโดยตรงมีความสะดวกมากกว่าและมีความเป็นส่วนตัว Chat ที่มีอยู่ในแพลตฟอร์ม

3. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญต่อการขายสินค้าออนไลน์ไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศของบริษัทท่านคืออะไร

เรื่องความยุ่งยากของการขอเอกสาร (ใบอนุญาต/ใบรับรอง) และความการดำเนินพิธีการศุลกากร โดยในส่วนของ การขอเอกสาร Requirement ของประเทศปลายทาง ไม่ชัดเจนลูกค้า Buyer หรือบริษัทขนส่งสินค้าที่ใช้บริการไม่สามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจนทำให้สินค้าที่ส่งเข้าไปต้องกลับมาขอเอกสารประกอบอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น Form FTA เอกสารใบอนุญาตเฉพาะของสินค้านั้นๆ, Phytosanitary สำหรับสินค้าเกษตรฯ เป็นต้น หากระบบหรือแพลตฟอร์มสามารถช่วยสนับสนุนรายละเอียดเหล่านี้ได้จะเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดีรวมถึงลดขั้นตอนการส่งเอกสารเพิ่มเติมซึ่งเป็นภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าไปต่างประเทศ มีราคาค่อนข้างสูง เสนอให้ผู้ให้บริการ Logistic Service Provider: LSP/ Freight Forwarder เข้าร่วมในแพลตฟอร์ม เพื่อให้มีการเสนอราคาที่มีความหลากหลายและสามารถต่อรองได้

4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าจะมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของบริษัทท่านไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศมากขึ้น

เห็นด้วย เนื่องจากการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริง และหากเป็นหน่วยงานภาครัฐช่วยส่งเสริมการทำ National e Trading Platform ด้วยจะเป็นการช่วยผู้ประกอบการขนาดย่อยได้เป็นอย่างดี แต่ต้องเน้นว่าต้องทำระบบให้ครบทุกขั้นตอน และการประชาสัมพันธ์แพลตฟอร์มให้ต่างประเทศรับรู้และสามารถเข้ามาซื้อขายสินค้าไทยได้ เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด

5. ท่านคิดว่าการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?

การขายออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริง – และหากสามารถพัฒนาแพลตฟอร์ม Thaitrade ให้สามารถซื้อขายได้ จะช่วยส่งเสริมการขายให้กับสมาชิกที่เป็นคนไทยอีกมาก โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเกษตร จะช่วยลดปัญหาเรื่องของคลังที่เข้ามาบริหารจัดการราคาสินค้า ประกอบกับปัจจุบัน ผู้ประกอบการไทยขาดข้อมูลของคู่ค้าปลายทาง ซึ่งหากเป็นไปได้ แพลตฟอร์มดังกล่าวควรมีข้อมูลของผู้ประกอบการรายสินค้าของแต่ละประเทศเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง

แหล่งข้อมูลได้และเป็นการอำนวยความสะดวกทางการค้าเป็นอย่างยิ่ง ปัจจุบันพบว่าผู้ประกอบการสามารถขอข้อมูลผู้ประกอบการที่ต้องการส่งสินค้าไปกับทางกรมส่งเสริมฯ ได้ โดยกำหนดให้ขอได้ 3 ประเทศ/วัน โดยในบางครั้งข้อมูลที่ได้ไม่มีการปรับปรุงหรืออัปเดต ผู้ซื้อบางรายปิดกิจการไปแล้วหรือเปลี่ยนไปขายสินค้าอย่างอื่นแล้ว เป็นต้น

6. การขายสินค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์ อาจมีความจำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ขายซึ่งเป็นระบบของบริษัทท่าน เช่น ระบบการจัดการสินค้าคงคลัง หรือระบบวางแผนทรัพยากรวิสาหกิจ (Enterprise Resource Planning: ERP) เข้ากับแพลตฟอร์มฯ เพื่ออัปเดตข้อมูลแก่บริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศแบบทันที (Real time) บริษัทของท่านมองว่าโปรแกรมดังกล่าว มีความจำเป็นมากน้อยเพียงใด และมีความพร้อมในการลงทุนในระบบดังกล่าวหรือไม่ (เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว)

ไม่เห็นด้วย เนื่องจากปกติการติดต่อซื้อขายผู้ประกอบการมักจะมาเจรจากันภายหลังประกอบกับมีเรื่องของการต่อรองราคาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะฉะนั้นระบบ ERP/Real time อาจไม่มีความจำเป็น โดยหลักของการค้าขายลูกค้าจะสนใจว่าจะได้สินค้าเมื่อไหร่มากกว่าที่จะรู้ว่าสินค้าอยู่ใน stock เท่าไหร่ เพราะส่วนใหญ่ เป็นการซื้อขายหลังร้าน ไม่ได้ซื้อขายกันโดยตรงมากกว่าการใช้ระบบดังกล่าวเข้ามาช่วยในการเชื่อมโยงกับกลุ่มสินค้าเกษตรที่มีเกษตรกรเข้ามาเกี่ยวข้อง หากจะเชื่อมโยงไปถึงฟาร์มหรือสวนของเกษตรกร เพื่อให้ได้ข้อมูล Real Time นั้นหากทำได้จะช่วยกระบวนการประเมินผู้ประกอบการตัดสินใจได้ดี แต่หากกลุ่มเกษตรกร อาจจะไม่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว เครื่องมือ อุปกรณ์ ที่ใช้เชื่อมโยงต้องมีการลงทุนสูง จะเป็นเรื่องยากสำหรับกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์

7. ถ้าจะมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ระดับประเทศ เพื่อมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของบริษัทท่านไปยังบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศ ท่านคิดว่า ใครควรเป็นผู้รับรองหรือตรวจสอบว่า ผู้ซื้อมีตัวตนอยู่จริง (KYC Buyer)

เห็นด้วยให้มีการคัดกรอง โดยใช้ให้ผู้ขายรับรองผู้ซื้อที่เคยค้ากันมาก่อน ให้ทูตพาณิชย์ในต่างประเทศ และหน่วยงานหอการค้าในต่างประเทศรับรองและช่วยตรวจสอบและแชร์ข้อมูลผู้ซื้อผู้ขายต่างประเทศ หน่วยงานรับรองและยืนยันตัวตนที่มาได้ชัดเจน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการตัดสินใจทำธุรกิจได้ง่ายมากขึ้น หรือทำในลักษณะเดียวกับที่ Thaitrade คัดกรองผู้ขายในไทยซึ่งค่อนข้างที่มั่นใจพอสมควร

ปัจจุบันผู้ประกอบการที่ซื้อขายออนไลน์ ใช้วิธีการพิจารณาจากการจัดอันดับ Best Seller Best Buyer หรือการที่มีจำนวนผู้ซื้อผู้ขายเข้ามาติดต่อกับบริษัทขายสินค้าออนไลน์เยอะเป็นตัวคัดกรองความเชื่อมั่นที่จะธุรกิจร่วมกับบริษัทนี้ เป็นต้น

8. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หาก “แพลตฟอร์มกลาง” จะช่วยแจ้งเตือน “ผู้ขาย” ให้ทราบว่ามีคำสั่งซื้อสินค้าจาก “ผู้ซื้อ” จากต่างประเทศ “ผู้ขาย” ต้องเตรียมเอกสารประกอบที่สอดคล้องกับกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าของประเทศนั้น เพื่อให้ “ผู้ขาย” สามารถจัดเตรียมได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน เช่น ใบรับรองการนำเข้า เป็นต้น

เห็นด้วย เพราะเหตุใด เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อย ยังไม่มีความชำนาญในขั้นตอนของเอกสารและกฎระเบียบของประเทศปลายทาง หากนำเอาข้อมูลหรือเงื่อนไขของการส่งสินค้าเข้าไปยังประเทศปลายทางของสินค้าแต่ละชนิดได้จะเป็นการช่วยอำนวยความสะดวก ลดขั้นตอนการติดต่อแต่ละหน่วยงานภาครัฐ

ส่วนที่ 2: การบริการที่สนับสนุนด้านการเงิน และระบบการชำระเงินออนไลน์

1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับการใช้พื้นที่บนแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อกำหนดวิธีการชำระเงินระหว่างบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศและบริษัทผู้ขาย เช่น Advance payment (T/T), Open Account (O/A), Documentary Bill for Collection (D/P, D/A), Letter of Credit (L/C) เป็นต้น ปัจจุบัน บริษัทฯ ไม่ได้ใช้ช่องการชำระเงินผ่านแพลตฟอร์ม ยกตัวอย่างเช่น อาลีบาบา ก็มีฟังก์ชันการชำระเงิน แต่ส่วนใหญ่แล้ว แพลตฟอร์มจะเป็นแค่จุดเริ่มต้นที่ผู้ซื้อผู้ขายมาเจอกัน หลังจากนั้นขั้นตอนการตกลงซื้อขายจ่ายเงิน หรือการส่งไฟล์เอกสารการค้าต่างๆ จะทำกันข้างนอกแพลตฟอร์ม เพราะว่ามีความเป็นส่วนตัวและสะดวกมากกว่า เช่น อีเมล แชทไลน์ เป็นต้น อาลีบาบา จะได้ค่าลงทะเบียนสมาชิกมากกว่าค่าธรรมเนียมจากการซื้อขายบนแพลตฟอร์ม ผู้ประกอบการ ใช้รูปแบบการชำระเงินแบบ TT เป็นหลักการขายสินค้ากับลูกค้าต่างประเทศ เหตุผลที่ไม่เปิด LC คือเรื่องความซับซ้อนหลายขั้นตอน โดยเฉพาะเรื่องของเอกสาร เช่น L/C Invoice

2. บริการสนับสนุนด้านการเงิน (Financial Services)

เห็นด้วยหรือไม่ หากธนาคารเสนอให้มีการเปิด LC พร้อมการทำประกันความเสี่ยงด้านการชำระเงิน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการ (SMEs)

เห็นด้วย แต่ต้องเป็นความสมัครใจของผู้ประกอบการ ไม่บังคับว่าหากไม่ทำประกันจะไม่ให้สินเชื่อ

ส่วนที่ 3: การใช้บริการด้าน Logistic ผ่านรูปแบบการค้าออนไลน์

1. เห็นด้วยหรือไม่ Platform B2B ควรเชื่อมโยงเข้ากับ National Single Window: NSW ของกรมศุลกากร เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของใบอนุญาตและขั้นตอนพิธีการศุลกากรทั้งหมด

เห็นด้วย เพราะเหตุใด เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วในการดำเนินการ อีกทั้งข้อมูลควรมีความเชื่อมโยงบนแพลตฟอร์มฯ และผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้ามาดำเนินการได้ และเป็นการลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายได้มาก ประกอบกับขั้นตอนพิธีการศุลกากร ต่างๆ ที่มีความซับซ้อน ประกอบกับผู้ประกอบการขนาดเล็กอาจจะยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะดำเนินการเรื่องดังกล่าว โดยเฉพาะการไปติดต่อในแต่ละสถานที่ราชการที่เกี่ยวข้อง การมีแพลตฟอร์มที่สามารถอธิบายและดำเนินการได้ทันที จะเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจและบริหารจัดการขายสินค้าได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2. ท่านคิดว่าปัจจุบัน NSW สามารถอำนวยความสะดวกได้จริงหรือไม่

ปัจจุบัน NSW สามารถอำนวยความสะดวกได้ระดับหนึ่งเท่านั้น แต่ยังคงต้องเร่งสร้างความเชื่อมโยงกันหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในแต่ละสินค้า เช่น ใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นให้ได้สมบูรณ์มากที่สุด รวมถึงให้ความรู้เรื่องผู้ประกอบการในเรื่องนี้ เอกสารสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น Form A, E ต้องใช้เอกสารประกอบอะไรบ้าง เป็นต้น

3. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเข้ามาเลือกใช้บริการ Logistic Service Provider: LSP ได้ในแพลตฟอร์มออนไลน์ และสามารถเปรียบเทียบราคาค่าการขนส่งสินค้าของแต่ละบริษัท LSP ได้

เห็นด้วย เพราะเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการ และสามารถเร่งการตัดสินใจในการทำธุรกิจกับลูกค้าปลายทางได้เร็วยิ่งขึ้น โดยปกติแล้วบริษัทฯ จะใช้เวลาพอสมควรกว่าจะหาสายเรือที่ตกลงกันได้ ในบางครั้งหากใช้เวลานานมากไปอาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไม่ทำธุรกิจด้วย ซึ่งก็เป็นความเสี่ยงอีกรูปแบบหนึ่ง

4. กิจกรรมโลจิสติกส์ (Logistic Activity) ไດบ้างที่ควรให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Platform)

การแชร์ข้อมูลเรื่องการขนส่งเข้ามาที่ แต่ละแพลตฟอร์มมี เนื่องจากมีราคาค่าขนส่งสูงกว่าสินค้าทั่วไป และปัญหาที่สำคัญที่สุดของการขนส่งสินค้าเกษตรฯ คือ การขนส่งสินค้าถึงลูกค้าปลายทางได้เร็วที่สุด เป็นเรื่องสินค้าที่มีความอ่อนไหว เสียหายได้ง่ายมาก ซึ่งหลายๆ แพลตฟอร์มไม่รับขายสินค้าที่เป็นของสด

ส่วนที่ 4: การเจรจาต่อรองเงื่อนไขการค้าระหว่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มฯ (International Sale Contract)

1. ท่านเห็นว่า ควรมีเงื่อนไขใดบ้างที่สามารถเจรจาต่อรองได้บนแพลตฟอร์มออนไลน์

เห็นด้วย ที่จะให้มีการเลือก Incoterm (International Commercial Terms) ได้บนแพลตฟอร์ม เพื่อความสะดวกหรือเป็นช่องทางเสริมหากผู้ซื้อผู้ขายไม่ต้องการติดต่อกันนอกรอบ

2. ปัจจุบันบริษัทของท่านนิยมใช้เงื่อนไขการค้าส่งมอบสินค้า Incoterm (International Commercial Terms) แบบใด

ปกติบริษัทฯ จะใช้เทอมการค้าชำระเงินแบบ FOB เป็นหลัก

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ผู้ประกอบการเห็นด้วยเรื่องการยกระดับ Thaitrade ให้เป็นแพลตฟอร์มธุรกิจกับธุรกิจที่สมบูรณ์มากขึ้น และสามารถซื้อขายออนไลน์ได้จริงบนแพลตฟอร์ม จะทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องพึ่งพาแพลตฟอร์มต่างประเทศ และหันกลับมาใช้ของไทย และผู้ประกอบการต่างประเทศจะได้เข้ามาที่เว็บไซต์ของไทยได้เห็นสินค้าไทยที่ต้องการจริงๆ
2. อยากให้มีการจัดงาน Roadshow / Exhibition ในต่างประเทศมากขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ สินค้าไทย รวมถึงแพลตฟอร์ม Thaitrade ที่มีสินค้าไทยที่มีความหลากหลาย ให้กับผู้ซื้อต่างประเทศสามารถ login เข้ามาเยี่ยมชมได้ ซึ่งการจัดงานแสดงสินค้าต่างประเทศเป็นกิจกรรมที่สามารถประชาสัมพันธ์ได้เข้าถึงผู้ประกอบการมากที่สุด

3. ระบบการ Matching ตอนไปออกงาน Exhibition ค่อนข้างมีข้อจำกัดให้ผู้ประกอบการสามารถทำ Business matching ได้ในจำนวนบริษัท ที่กำหนดไว้บางครั้งอาจจะกำหนดให้แค่ 2 บริษัท แต่ในความเป็นจริงแล้วสามารถทำ Matching ได้มากกว่านั้น

แบบสอบถาม เรื่อง ข้อเสนอแนะการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ

วัตถุประสงค์ แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น โดย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สภาผู้ส่งออก) เพื่อรวบรวมความคิดเห็น ผู้ประกอบการทุกระดับ (S/M/L) ให้เห็นภาพของปัญหา อุปสรรค รวมถึงขีดความสามารถในการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับธุรกิจ มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ สภาผู้ส่งออก จึงจัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มของการขายสินค้าผ่านรูปแบบออนไลน์ เพื่อนำ ข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงเป็น ข้อเสนอแนะเชิงประจักษ์ต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบ ธุรกิจกับธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกระดับสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดังกล่าวและเป็นประโยชน์ต่อภาพรวมของประเทศมากที่สุด

บริษัท ชื่อ นามสกุล
เบอร์โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล.....

1. กลุ่มสินค้าของท่าน

- กลุ่มเกษตร / เกษตรแปรรูป
 - กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป / กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป / ผัก ผลไม้สดและแปรรูป / ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป)
 - กลุ่มไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ / hard disk drive / แผงวงจรไฟฟ้า / เครื่องใช้ไฟฟ้า / เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ)
 - กลุ่มแฟชั่น / เครื่องแต่งกาย
 - กลุ่มพลังงาน (เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์)
 - กลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
 - กลุ่มเฟอร์นิเจอร์
 - กลุ่มบรรจุภัณฑ์ และการพิมพ์
 - กลุ่มอื่นๆ อาทิ วัสดุก่อสร้าง อัญมณีและเครื่องประดับ
- โปรดระบุ

Part I การเข้าสู่ตลาดออนไลน์ - Seller

2. ท่านเคยขายสินค้าออนไลน์หรือไม่

- เคย
- ไม่เคย
 - ไม่รู้วิธีการใช้งาน.....
 - มีขั้นตอนการขายที่ซับซ้อน.....
 - ไม่ไว้ใจระบบการขายออนไลน์.....
 - ชอบการขายแบบเดิมมากกว่า.....
 - อื่น ๆ โปรดระบุ

(กรณีไม่เคยให้ข้ามไปตอบคำถามข้อ 5)

3. ปัจจุบันบริษัท/อุตสาหกรรมของท่านใช้ช่องทางไหนในการติดต่อลูกค้าในการซื้อขายสินค้าออนไลน์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ใช้ช่องทาง Online Platform เช่น Thaitrade.com
- เว็บไซต์บริษัท / e-mail
- อื่นๆ โปรดระบุ

4. ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการส่งออกผ่านช่องทางสินค้าออนไลน์ของท่านคืออะไร

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ปัญหาเอกสารการส่งออก (การขอใบอนุญาต/ใบรับรอง) | <input type="checkbox"/> พิธีการศุลกากร |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาการประเมินสถานการณ์สินค้าคงคลัง | <input type="checkbox"/> การผลิตสินค้าไม่ทันตามกำหนด |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาการควบคุมคุณภาพสินค้า | <input type="checkbox"/> เงินทุนหมุนเวียนในการผลิต |
| <input type="checkbox"/> ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า | <input type="checkbox"/> ปัญหาในการโพสต์สินค้าขึ้นขายบนเว็บไซต์ |
| <input type="checkbox"/> การสื่อสารกับลูกค้าแบบ Real time | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ |

5. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ถ้าจะมีระบบปฏิบัติการออนไลน์(Platform)มาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของท่านผ่านรูปแบบ B2B Cross Border e Trading เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายตลาดมากขึ้น

- เห็นด้วย (ตอบข้อ 5.1) ไม่เห็นด้วย เพราะเหตุใด.....

5.1 หากท่านเห็นด้วยกับการที่มีระบบปฏิบัติการออนไลน์ กลางมาช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าของท่าน ท่านคิดว่าอยาก

ได้รับการให้บริการจากระบบปฏิบัติการกลางด้านใดบ้าง เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าออนไลน์ของท่าน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน | <input type="checkbox"/> ขั้นตอนตรวจสอบความถูกต้องเอกสารการส่งออก |
| <input type="checkbox"/> การชำระเงิน | <input type="checkbox"/> เป็นตัวกลางในการติดต่อผู้ให้บริการขนส่ง ในราคาโปรโมชัน |
| <input type="checkbox"/> การขยายตลาดและฐานลูกค้าต่างประเทศ | <input type="checkbox"/> ช่วยคำนวณ/เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการส่งออก |
| <input type="checkbox"/> ควบคุมมาตรฐานการผลิตเพื่อการส่งออก | <input type="checkbox"/> ตรวจสอบสถานะสินค้า (Monitoring real time) |
| <input type="checkbox"/> ระบบการคัดกรองลูกค้าระบบปฏิบัติการออนไลน์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ |

6. ท่านคิดว่าการขายสินค้าออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?

- จริง ไม่จริง
- เพราะเหตุใด เพราะเหตุใด

7. การขายสินค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีโปรแกรมเข้ามารองรับการขายที่ต้องมีความเชื่อมโยงข้อมูลแบบ Real Time ตลอดเวลา เช่น การใช้ระบบ Enterprise Resource Planning: ERP เข้ามาเชื่อมเข้ากับ Platform กลาง เพื่อแจ้งข้อมูล Inventory ของผู้ขายที่มีอยู่ ณ ตอนนี้และทำให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจสั่งซื้อได้ทันที ท่านมองว่าโปรแกรดังกล่าวสำหรับ SME มีความจำเป็นหรือไม่และสามารถลงทุนในโปรแกรดังกล่าวได้หรือไม่

- จำเป็นและลงทุนได้
- ยังไม่มีความสามารถที่จะลงทุนแต่จำเป็น
- ควรมีการให้ทดลองใช้ หรือสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับลงทุนใน Software ERP
- ควรมีหน่วยงานเข้ามาสนับสนุนเงินทุน
- อื่นๆ.....

Remark: โปรแกรม ERP สามารถช่วยผู้ประกอบการอย่างไรบ้าง เช่น

กรณีที่ 1 ในกรณีที่สินค้าในสต็อก ระบบจะแจ้งว่า “waiting for confirm 24 hrs.”

กรณีที่ 2 Made by Order ในกรณีที่ไม่มีสินค้าและต้องใช้ระยะเวลาในการผลิต (ในกรณีนี้ระบบจะทำการประมวลผลและแจ้งเตือนระยะเวลา(Leadtime) ในการผลิตสินค้าตามจำนวนที่ได้รับคำสั่งซื้อ)

กรณีที่ 3 Out of Stock ในกรณีที่ไม่มีสินค้าหรือหยุดการผลิต

กรณีที่ 4 ผู้ขายสามารถทำ Quotation Request/Submission/Confirm ผ่านโปรแกรมได้ทันทีเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้า



Part II สำหรับ Buyer

1. หากต้องการซื้อขายกับต่างประเทศ ใครควรเป็นผู้รับรองหรือตรวจสอบว่าผู้ซื้อ มีตัวตนอยู่จริง (KYC Buyer) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ให้ผู้ขายรับรอง ให้ทูตพาณิชย์ในต่างประเทศรับรอง หอการค้าในต่างประเทศรับรอง
 อื่นๆ.....

2. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หาก “ระบบปฏิบัติการกลาง” จะช่วยแจ้งเตือน “ผู้ขาย” ให้ทราบว่าเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจาก “ผู้ซื้อ” จากต่างประเทศ “ผู้ขาย” ต้องเตรียมเอกสารประกอบที่สอดคล้องกับกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าของประเทศนั้น เพื่อให้ “ผู้ขาย” สามารถจัดเตรียมได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน เช่น ใบรับรองการนำเข้า เป็นต้น

- เห็นด้วย เพราะเหตุใด.....
 ไม่เห็นด้วย เพราะเหตุใด.....

Part III การชำระเงินผ่านรูปแบบออนไลน์ (Payment Method)

1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับการใช้พื้นที่บนระบบปฏิบัติการออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อกำหนดวิธีการชำระเงิน เช่น Advance payment (T/T), Open Account (O/A), Documentary Bill for Collection (D/P, D/A), Letter of Credit (L/C) เป็นต้น

(หลังจากนั้นจึงเลือกธนาคารพาณิชย์)

- เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

2. บริการสนับสนุนด้านการเงิน (Financial Services)

2.1 เห็นด้วยหรือไม่ หากธนาคารปล่อยเงินทุนหมุนเวียนให้แก่ SMEs เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการบน Platform

- เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

2.2 เห็นด้วยหรือไม่ หากธนาคารเสนอให้มีการเปิด LC พร้อมการทำประกันความเสี่ยงด้านการชำระเงิน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการ (SMEs)

- เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

Part IV การใช้บริการด้าน Logistic ผ่านรูปแบบการค้าออนไลน์

1. เห็นด้วยหรือไม่ Platform B2B ควรเชื่อมโยงเข้ากับ National Single Window: NSW ของกรมศุลกากร เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของใบอนุญาตและขั้นตอนพิธีการศุลกากรทั้งหมด

- เห็นด้วย เพราะเหตุใด.....
 ไม่เห็นด้วย เพราะเหตุใด.....

2. ท่านคิดว่าปัจจุบัน NSW สามารถอำนวยความสะดวกได้จริงหรือไม่

- จริง เพราะเหตุใด..... ไม่จริง เพราะเหตุใด.....

3. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเข้ามาเลือกใช้บริการ Logistic Service Provider: LSP ได้ในระบบปฏิบัติการออนไลน์ และสามารถเปรียบเทียบราคาการขนส่งสินค้าของแต่ละบริษัท LSP ได้

- เห็นด้วย เพราะเหตุใด..... ไม่เห็นด้วย เพราะเหตุใด.....

4. กิจกรรมโลจิสติกส์ (Logistic Activity) ไດบ้างที่ควรให้บริการผ่านระบบปฏิบัติการออนไลน์ (Platform)

.....
.....
.....

Part V การเจรจาต่อรองเงื่อนไขการค้าบน B2B Platform (International Sale Contract)

1. ท่านเห็นว่าควรมีเงื่อนไขใดบ้างที่สามารถเจรจาต่อรองได้บนระบบปฏิบัติการออนไลน์ (Platform)

1.1 Incoterm (International Commercial Terms)

ปัจจุบันบริษัทของท่านนิยมใช้เงื่อนไขการส่งมอบสินค้า Incoterm (International Commercial Terms) แบบใด

- EXW ผู้ซื้อรับสินค้าหน้าโรงงาน (ผู้ขายไม่ต้องขน)
- FCA ผู้ซื้อรับสินค้า ณ สถานที่ผู้ขาย/สถานที่อื่น โดย ขนสินค้าขึ้นพาหนะที่ผู้ซื้อจัดมารับสินค้า
- FAS ผู้ซื้อส่งมอบสินค้าเมื่อสินค้าวางข้างเรือที่ผู้ซื้อเป็นผู้จัดหา ณ ท่าเรือต้นทาง
- FOB ผู้ขายส่งมอบสินค้าเมื่อสินค้าวางบนเรือที่ผู้ซื้อเป็นผู้จัดหา ณ ท่าเรือต้นทาง
- CPT ผู้ขายส่งมอบสินค้าให้กับผู้ขนส่งที่ถูกแต่งตั้งโดยผู้ขาย
- CIP ผู้ขายส่งมอบสินค้าให้กับผู้ขนส่งที่ถูกแต่งตั้งโดยผู้ขาย (ผู้ขายจะต้องจ่ายค่าประกันสินค้า)
- CFR ผู้ขายส่งมอบสินค้าไว้บนเรือ (ณ ประเทศต้นทาง)
- CIF ผู้ขายส่งมอบสินค้าไว้บนเรือ ณ ประเทศต้นทาง
- DAT ผู้ขายส่งสินค้า ณ ท่าเทียบพาหนะขนส่ง ปลายทางของประเทศผู้นำเข้า
- DAP ผู้ขายส่งสินค้า ณ สถานที่ปลายทางตามความต้องการผู้ซื้อ โดยไม่ต้องเอาสินค้าลงจากพาหนะ
- DDP ผู้ขายส่งสินค้า ณ สถานที่ปลายทางที่ผู้นำเข้าต้องการ

1.2 สัญญาประกันภัยสินค้าขนส่งทางทะเล (Contract of Marine Cargo Insurance)

โดยสัญญาประกันภัยสินค้าขนส่งทางทะเลใด ที่ท่านเห็นควรให้มีการเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์ม

- Inland Transit Insurance คือ การประกันภัยการขนส่งภายในประเทศ
- Marine Cargo Insurance คือ การประกันเพื่อคุ้มครองสินค้าหรือทรัพย์สินที่ขนส่ง
- Marine Hull Insurance คือการประกันภัยตัวเรือประกันภัยคุ้มครองความเสียหายของโครงสร้างตัวเรือ

1.3 สัญญาอื่นๆ

- Code of conduct
- สัญญาการขนส่ง (Contract of Carriage)
- Special request

Part VI การอบรมผู้ใช้บริการระบบปฏิบัติการออนไลน์ (Skill Development)

1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ว่าควรมีการอบรมผู้ใช้บริการระบบปฏิบัติการออนไลน์ (ผู้ขาย/ผู้ส่งออก) เพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องการใช้ประโยชน์จากระบบปฏิบัติการออนไลน์

เห็นด้วย เพราะเหตุใด..... ไม่เห็นด้วย เพราะเหตุใด

.....

1.1 ขั้นตอนใดของการขายสินค้าออนไลน์แบบ B2B ที่ท่านคิดว่าควรมีการอบรมก่อนสำหรับ ผู้ใช้บริการผ่านระบบปฏิบัติการออนไลน์ มากที่สุด

- การใช้ระบบ Enterprise Resource Planning: ERP ในโรงงาน
- การนำเทคโนโลยี Blockchain มาใช้ให้เหมาะสม เช่น ระบบการขนส่งสินค้า ขั้นตอนการชำระเงิน
- การเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินที่เหมาะสมกับบริษัทของผู้ซื้อ/ผู้ส่งออก
- อื่น ๆ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ในการพิจารณาจัดทำ B2B Cross border e-Trading Platform ในอนาคต

.....

