

## FinTech... จิ๊กซอว์สำคัญเติมเต็ม Ecosystem การค้าโลกยุคดิจิทัล

พิศิษฐ์ เสรีวิวัฒนา

กรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

หลังจากครั้งที่แล้วผมได้กล่าวถึงโอกาสทางธุรกิจและความท้าทายของ Libra ไม่ว่าจะเป็นด้านต้นทุน ความรวดเร็ว การเข้าถึงตลาด และระบบความปลอดภัย โดยหลังการเปิดตัว Libra ไม่นานก็มีกระแสความคิดเห็นหลังไหลจากทั่วโลก ทั้งเห็นด้วยและเห็นต่าง ซึ่งเป็นประเด็นที่ต้องติดตามในรายละเอียดอย่างใกล้ชิดต่อไป อย่างไรก็ตาม ผมมองว่า FinTech และเงินดิจิทัลจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทั่วโลกในอนาคต สำหรับฉบับนี้ ผมจะยังกล่าวถึงเรื่องราวเกี่ยวกับ FinTech และเงินดิจิทัลต่อ แต่จะขยายวงให้กว้างขึ้น โดยเฉพาะการนำ FinTech ไปเชื่อมโยงกับ Ecosystem ในวงจรการค้าระหว่างประเทศแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือเรียกว่า Cross-border E-Commerce

เป็นที่ทราบกันดีว่า โดยทั่วไป Ecosystem ใน Cross-border E-Commerce มักประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องในวงจรการค้าทั้งหมด นับตั้งแต่ผู้ผลิตวัตถุดิบ (Supplier) ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า สถาบันการเงิน/ผู้ให้บริการระบบชำระเงิน ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มวางขายสินค้า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และหน่วยงานด้านศุลกากร ซึ่งการเกิดสกุลเงินดิจิทัลใหม่ๆ รวมถึงการพัฒนา FinTech ต่างๆ จะเข้ามาเติมเต็ม Ecosystem ของ Cross-border E-Commerce ให้สมบูรณ์มากขึ้น โดยเฉพาะใน 3 มิติ ได้แก่ 1) **การเข้าถึงแหล่งเงินทุน** โดยสถาบันการเงินที่อยู่ใน Ecosystem เดียวกันจะสามารถทราบความเคลื่อนไหวและเข้าถึงข้อมูลธุรกรรมการซื้อขายของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้น และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อประกอบการพิจารณาสินเชื่อ (Information-based Lending) ตรงนี้เองคาดว่าจะมีส่วนเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น 2) **ระบบการชำระเงินบน Ecosystem เดียวกัน จะเชื่อมโยงธุรกรรมระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทั้งหมด** ช่วยให้การทำธุรกรรมการเงินเป็นแบบเรียลไทม์ สะดวกรวดเร็ว ตรวจสอบได้ และมีความปลอดภัยสูง และ 3) **เพิ่มทางเลือกในการชำระค่าสินค้า** เงินดิจิทัลจะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการเป็นสื่อกลางที่ใช้ชำระค่าสินค้านอกเหนือจากเงินสดหลากหลายรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ ผลการวิจัยของหลายสำนักเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า FinTech จะมีส่วนช่วยสนับสนุนให้มูลค่า Cross-border E-Commerce ของโลกเติบโตมากขึ้น จากปัจจุบันที่ขยายตัวเฉลี่ยปีละ 20% โดย UNCTAD คาดว่ามูลค่า Cross-border E-Commerce ในปี 2563 จะสูงแตะระดับ 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนราว 5% ของมูลค่าการค้าโลก (เทียบกับปี 2553 ที่สัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่เพียง 1%) สอดคล้องการเติบโตของ E-marketplace ขนาดใหญ่ของโลก เช่น Amazon ของสหรัฐฯ ซึ่งมีฐานลูกค้าถึง 300 ล้านคนทั่วโลก โดยรายได้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาโตเฉลี่ยปีละ 30% ขณะที่ Alibaba ของจีน มียอดผู้ซื้อสูงกว่า 700 ล้านคน (นับเฉพาะ Mobile Application) รายได้เฉลี่ยโตปีละ 50% เป็นต้น

เมื่อหันมามองประเทศไทยพบว่า Cross-border E-Commerce ก็มีทิศทางเติบโตในทิศทางเดียวกับตลาด E-Commerce โลก ล่าสุดสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) รายงานมูลค่า Cross-border E-Commerce ของไทยปี 2560 แตะระดับ 6.4 แสนล้านบาท ขยายตัวสูงถึง 85% และคิดเป็นสัดส่วน 23% ของมูลค่า E-Commerce รวมของไทย เพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับปี 2557 ที่มีสัดส่วนเพียง 2.3% ขณะเดียวกัน FinTech ในประเทศไทยเองก็มีความก้าวหน้าและเริ่มถูกนำมาใช้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนให้ Cross-border E-Commerce ของไทยเติบโตยิ่งขึ้น รวมถึงจะส่งผลต่อเนื่องมายังผู้ประกอบการไทย เนื่องจาก E-Commerce ไม่เพียงเป็นช่องทางป้อนสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดโลกเท่านั้น แต่ยังเป็นอีกหนึ่งทางออกให้ผู้ประกอบการไทยที่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกซบเซา โดยเฉพาะ SMEs ทั้งที่เป็นผู้ส่งออกอยู่แล้ว และ SMEs ที่สนใจจะส่งออก โดย E-commerce จะช่วย

SMEs ที่เป็นผู้ส่งออกอยู่แล้ว เพิ่มยอดขายจากการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในหลายประเทศทั่วโลก อีกทั้งยังช่วยเพิ่มโอกาสและความสะดวกในการรุกขยายตลาดส่งออกไปยังตลาดใหม่ๆ (New Frontiers) ซึ่งเศรษฐกิจกำลังโตและมีความต้องการสินค้าอีกมาก บรรเทาผลกระทบจากเศรษฐกิจตลาดหลักที่กำลังซบเซาและมีความผันผวนสูง ขณะที่ SMEs ที่สนใจจะส่งออก สามารถทดลองทำตลาดด้วยการเข้าไปวางขายสินค้าบน Global E-marketplace ที่มีระบบจัดการคำสั่งซื้อ การจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศ และการชำระเงินอย่างครบวงจร โดยมีต้นทุนดำเนินการไม่สูงนัก เป็นโอกาสที่ดีสำหรับ SMEs ในการขยายจากตลาดในประเทศไปสู่การค้าระหว่างประเทศ

FinTech และ E-Commerce เป็นเทรนด์สำคัญที่จะมาเปลี่ยนรูปแบบและวงจรการค้าระหว่างประเทศของโลก ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงจำเป็นต้องติดตามและเสริมความแข็งแกร่งทางความรู้ทางด้านการเงินและการค้าออนไลน์ เพื่อเตรียมความพร้อมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่การคว้าโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ในตลาด E-Commerce โลก พร้อมกับก้าวไปสู่การเป็น Smart Exporter ในโลกการค้ายุคดิจิทัลต่อไป

*Disclaimer : คอลัมน์นี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล จึงไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความคิดเห็นของ EXIM BANK*

วันที่ 22 สิงหาคม 2562