

CLMVT Forum 2018

วันที่ 1 – 16 สิงหาคม 2561 (14.00 – 16.00น.)

เสวนาโต๊ะกลม: เศรษฐกิจดิจิทัล: ทางเชื่อม CLMVT สู่อินเทอร์เน็ต

(Roundtable Discussion: Digital Economy: Gateway for CLMVT to the World)

ห้องที่ 2: จากการค้าออฟไลน์สู่ออนไลน์: โอกาสของ CLMVT ในการค้าการลงทุนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

(Room 2: From Offline to Online: CLMVT Opportunities in Trade and Investment through Digital Platform)

ผู้อภิปรายหลัก:

- อาพนฯ เขา ดารา (H.E Mr. Chhuon Dara) ปลัดกระทรวง (Secretary of States) กระทรวงพาณิชย์ กัมพูชา
- อาพนฯ อุ เทย์ อัง (H.E. U Htay Aung), ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท Aung Chaw Trading จำกัด และ อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงโรงแรมและการท่องเที่ยว เมียนมา
- คุณ ทวง ทิน (Mr. Thaung Tin) รองประธานอาวุโส (Senior Vice-President) สภาหอการค้าและอุตสาหกรรมเมียนมา (UMFCCI)
- คุณ พอล ศรีวรกุล (Mr. Paul Srivorakul) ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร aCommerce ประเทศไทย
- คุณ เดวิด โจ (Mr. David Jou) ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Pomelo Fashion ประเทศไทย
- คุณ เจมส์ ซี ดอง (Mr. James Z. Dong) ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Lazada, ประเทศไทย

ผู้ดำเนินการเสวนา: ดร. สมประวิณ มั่นประเสริฐ (Dr. Somprawin Manprasert) ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ความเป็นมาและภาพรวม

ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เศรษฐกิจ ธุรกิจ และสังคม ถูกยกระดับ (Paradigm shift) ให้ไม่ถูกจำกัดอยู่เพียงด้านออฟไลน์เท่านั้น ในบรรดาแพลตฟอร์มต่างๆ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ถือเป็นแพลตฟอร์มที่มีบทบาทสำคัญต่อการวิวัฒนาการภูมิทัศน์เศรษฐกิจดิจิทัล (evolving digital economy landscape) ส่งเสริมการพัฒนาสู่โลกาภิวัตน์ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของ บุคคล หน่วยงาน หุ้นส่วน และองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (entities)

การเกิดขึ้นของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ทำลายข้อจำกัดของเวลาและพื้นที่ของการค้าแบบดั้งเดิม และช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการเชื่อมต่อระหว่างเศรษฐกิจของประเทศกับตลาดโลกที่กำลังเติบโตอย่าง

รวดเร็ว (and has brought a far-reaching impact on how entities can be part of the fast growing inter-linkages of domestic economies to the global market) การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการส่งเสริมการค้าการลงทุนตลอดจนการเชื่อมต่อกันในภูมิภาค อันนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจที่มีการเติบโตอย่างทั่วถึง (more inclusively) และสร้างความเจริญก้าวหน้าที่ยั่งยืนร่วมกัน (contributing to shared prosperity for all)

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยเปิดโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการทุกขนาดและทุกระดับทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และระดับสากล โดยเพิ่มโอกาสเข้าถึงกลุ่มลูกค้า/ผู้เล่นในห่วงโซ่อุปทาน ช่วยลดต้นทุนสินค้า วัสดุและบริการขั้นสุดท้าย อย่างไรก็ตาม ประโยชน์ที่กล่าวไว้ข้างต้นไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยอัตโนมัติและไม่ใช่ทุกคนที่สามารถปรับตัวเปลี่ยนแปลงได้

แม้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและเติบโตได้อย่างเต็มที่ (mature) ในประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่สำหรับประเทศกำลังพัฒนาซึ่งรวมถึง CLMVT นั้น แพลตฟอร์มนี้ยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นเท่านั้น การควบคุมให้มีการใช้และกระจายผลประโยชน์จากการค้าดิจิทัลอย่างเท่าเทียมกันจำเป็นต้องมีการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับ การจัดตั้งสถาบัน ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาทักษะที่เหมาะสม ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเพื่อหารือในประเด็นที่สำคัญ

กลุ่มประเทศ CLMVT ต้องพร้อมอำนวยความสะดวกและส่งเสริมผู้ประกอบการตลอดช่วงอายุธุรกิจ โดยเฉพาะ SMEs และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของดิจิทัลและสามารถใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อเปลี่ยนผ่านรูปแบบการค้าการลงทุนได้อย่างราบรื่น (to leverage the digital transformation in order to ensure smooth transition of trade and investment through digital platform.)

ประเด็นที่อาจมีการหารือ

- (1) ผลกระทบของเทคโนโลยีที่กำลังจะเกิดขึ้นกับการค้าในปัจจุบันและอนาคต
 - การเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัล (digitisation) ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ, ภาคธุรกิจ (ใหญ่ เล็ก และผู้ประกอบการ) และผู้บริโภคอย่างไร?
- (2) บทบาทของรัฐบาลในการสนับสนุนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผู้ประกอบการและ SMEs?
- (3) ภาคเอกชนจะใช้ประโยชน์จากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และดิจิทัลแพลตฟอร์มอย่างไร ภายใต้สภาพแวดล้อมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว? มีอุปสรรคอะไรบ้าง และทำอย่างไรจึงจะสามารถก้าวผ่านอุปสรรคนั้นไปได้?
- (4) อะไรคือข้อจำกัดสำคัญของผู้ประกอบการและ SMEs เมื่อเข้าสู่ Online Platform?
- (5) ตัวอย่างแนวปฏิบัติที่ดีด้านการขายและกลยุทธ์การตลาดในยุคดิจิทัล รวมถึงการใช้ Big Data วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคในมิติต่างๆ?
