

E-commerce สินค้าเกษตรของจีนกำลังเข้าสู่ช่วงการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

นับตั้งแต่ปี ๑๙๙๔ เป็นต้นมา E-commerce สินค้าเกษตรของจีนได้ผ่านการพัฒนา ๒๒ ปีแล้ว ซึ่งปัจจุบันนี้ E-commerce สินค้าเกษตรของจีนมีทั้งแพลตฟอร์มขายปลีกออนไลน์และระบบเครือข่ายต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่การค้าสินค้าเกษตรในรูปแบบการค้า B๒B (Business-to-Business) รูปแบบการค้าสินค้าโภคภัณฑ์ออนไลน์และรูปแบบการค้าสินค้าเกษตรในตลาดซื้อขายล่วงหน้า ฯลฯ เมื่อวันที่ ๑๘ มีนาคมที่ผ่านมา การประชุมสัมมนา E-commerce สินค้าเกษตรระดับสูงได้จัดขึ้น ณ กรุงปักกิ่ง ซึ่ง Mr. Hongtao คณบดีจากสถาบันการศึกษา E-commerce สินค้าเกษตรได้มีการกล่าวในการประชุมว่า หลายปีที่ผ่านมา E-commerce สินค้าเกษตรของจีนได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว แต่ขณะเดียวกันก็ประสบปัญหาไม่น้อย เนื่องจาก E-commerce สินค้าเกษตรของจีนกำลังมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญจากช่วงการเริ่มเติบโตเข้าสู่ช่วงการพัฒนา

Mr. Hongtao กล่าวเพิ่มเติมว่า เมื่อปี ๒๐๑๕ ที่ผ่านมา จีนมีมูลค่าการซื้อขายออนไลน์ในตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าจำนวน ๑๓๖.๔๗ ล้านล้านหยวน ซึ่งประกอบด้วยสินค้าเกษตร ๒๑ ชนิด คิดเป็นมูลค่าการซื้อขายจำนวน ๔๘.๗ ล้านล้านหยวน หรือคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการซื้อขายในสินค้าโดยรวมถึงร้อยละ ๓๖ และจีนมีตลาดการค้าสินค้าโภคภัณฑ์การเกษตรจำนวน ๔๐๒ แห่ง ซึ่งแต่ละปีมีมูลค่าการซื้อขายมากกว่า ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ ล้านหยวน และในด้านการค้าปลีกสินค้าเกษตรออนไลน์จีนมีมูลค่าการซื้อขายมากกว่า ๑๕๐,๕๐๐ ล้านหยวน ซึ่งประกอบโดยการค้าปลีกสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ ๒๐,๐๐๐ ล้านหยวนและการค้าปลีกสินค้าเกษตรสด ๕๔,๔๐๐ ล้านหยวน ซึ่งจากตัวเลขดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่า E-commerce สินค้าเกษตรของจีนพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกัน E-commerce สินค้าเกษตรของจีนมักจะมีปัญหาราคาคต่ำและคุณภาพไม่ดี และถ้าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีราคาจะค่อนข้างสูง และ E-commerce ที่ลงทุนโดยธุรกิจสินค้าเกษตรโดยตรงเพิ่งเริ่มต้นไม่นาน ขาดประสบการณ์และเทคโนโลยีที่เพียงพอในการดำเนินธุรกิจ จึงทำให้การส่งมอบสินค้าล่าช้าและมีปริมาณการซื้อขายค่อนข้างต่ำ ซึ่งปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของ E-commerce ด้านสินค้าเกษตรของจีน

อย่างไรก็ตาม E-commerce สินค้าเกษตรของจีนยังมีประเภทสินค้าที่หลากหลายในการซื้อขาย นอกจากธุรกิจ E-commerce สินค้าเกษตรโดยทั่วไปแล้ว ยังมีรูปแบบธุรกิจอื่นๆ อย่างเช่น ธุรกิจ E-commerce สินค้าเกษตรร่วมมือกับธุรกิจที่ได้ลงทุนโดยสินค้าเกษตรโดยตรง ธุรกิจ E-commerce สินค้าเกษตรร่วมมือกับธุรกิจที่ช่วยเหลือความยากจน ธุรกิจ E-commerce สินค้าเกษตรร่วมมือกับธุรกิจอุตสาหกรรมด้านบริการ ธุรกิจ E-commerce สินค้าเกษตรร่วมมือกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ฯลฯ และธุรกิจที่ช่วยเหลือความยากจนได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยในปี ๒๐๑๔ หมู่บ้านที่ยากจนของจีนจำนวน ๘๓๒ แห่งได้จำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านแพลตฟอร์มค้าปลีกคิดเป็นมูลค่า ๑๑,๙๓๐ ล้านหยวน เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาแล้วมีอัตราการเติบโตร้อยละ ๕๗.๐๑ และตามสถิติในช่วงครึ่งปีแรกของปี ๒๐๑๕ แพลตฟอร์มค้าปลีกของจีนมีผู้ใช้และ

ผู้จำหน่ายสินค้าที่มาจากหมู่บ้านยากจนจำนวน ๑๙.๗๓ ล้านคนและ ๒๙๒,๗๐๐ คนตามลำดับ ซึ่งผู้ใช้แพลตฟอร์มค้าปลีกดังกล่าวจะเป็นกำลังสำคัญในการช่วยบรรเทาความยากจนในชนบท และนอกจากรูปแบบ B๒C (Business-to-Customer) C๒B (Customers to Business) B๒B๒C (Business to Business to Customer) C๒C (Customer to Customer) แล้ว ยังมีรูปแบบ O๒O (Online to Offline) และ B๒S (Business to Share) โดยรูปแบบ B๒S เป็นรูปแบบใหม่ที่มีตั้งแต่ปี ๒๐๑๕ ซึ่งหมายความว่า E-commerce สินค้าเกษตรของจีนเริ่มให้ความสำคัญกับการสร้างยี่ห้อสินค้า อาทิ เดือนกรกฎาคม ปี ๒๐๑๕ บริษัท Orient Foods ได้ร่วมมือกับ Minsheng E-commerce (แพลตฟอร์มบริการทางการเงิน) จัดทำโครงการ “การจัดการทางการเงินในรูปแบบที่ทานได้ (สินค้าข้าว)” ซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการเงินดังกล่าวมีระยะเวลาการออมเงิน ๓ เดือนหลังจาก ๓ เดือนแล้วบริษัท Orient Foods พร้อม Minsheng E-commerce จะคืนเงินทุนและดอกเบี้ยกลับมาให้ผู้ฝากในรูปแบบข้าว และโครงการดังกล่าวเปิดตัวไม่ถึง ๕ ชั่วโมง ก็บรรลุเป้าหมาย ๕ ล้านหยวนที่ตั้งไว้ และได้ช่วยจำหน่ายข้าวเป็นจำนวนถึง ๑๓๓ ตัน

สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง

๑ เมษายน ๒๕๕๙