



INTERNATIONAL INSTITUTE FOR  
TRADE AND DEVELOPMENT  
Go for Goals

## 'IMT-GT e-Commerce' ฝ่าวิกฤติ MSMEs



การประชุมผู้นำเขตเศรษฐกิจพิเศษสามฝ่ายอินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย หรือ IMT-GT ครั้งที่ 13 เมื่อเดือน ต.ค. 64 ที่ผ่านมา ผู้นำ IMT-GT ได้เน้นย้ำความสำคัญในการร่วมมือฟื้นฟูเศรษฐกิจจากการระบาดของโควิด-19 โดยที่ประชุมระบุว่า **หนึ่งในความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมาย IMT-GT Vision 2036 ในการเชื่อมโยงด้าน ICT คือ การสร้างแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์เพื่อสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการ MSMEs เข้าถึงตลาด**

ปัจจุบัน IMT-GT มีช่องทางการค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มของตัวเองที่ชื่อว่า **“IMT-GT e-Commerce”** ในเว็บไซต์ <https://imtgt.org/e-commerce> ซึ่งแนวคิดนี้ได้รับการผลักดันในที่ประชุมแผนยุทธศาสตร์ครั้งที่ 12 เมื่อเดือน มี.ค. 62 ภายใต้ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐของ 3 ประเทศ มีเป้าหมายเพื่อช่วยผู้ประกอบการ MSMEs ให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จาก e-Commerce และเข้าถึงลูกค้าจากทั่วโลกได้

**“IMT-GT e-Commerce”** เป็นแพลตฟอร์มกลางเพื่อเชื่อมโยงไปยังแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์สัญชาติอินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย ที่มุ่งส่งเสริมบทบาทผู้ประกอบการ MSMEs เป็นการเฉพาะ ประกอบไปด้วย **“Padi UMK”** (ย่อมาจากตลาดดิจิทัลเพื่อ MSMEs) ของอินโดนีเซีย เป็นแพลตฟอร์มการค้าขายออนไลน์ภายใต้ความร่วมมือระหว่างเครือข่าย MSMEs รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานภาครัฐ

สำหรับมาเลเซียเป็นแพลตฟอร์มของ **“E Lokal”** ดำเนินการโดยบริษัทสัญชาติมาเลเซียที่มีบทบาทในการส่งเสริมการค้าออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการ MSMEs ในมาเลเซีย ขณะที่ของไทยประกอบด้วย **“Pinsouq Store”** แพลตฟอร์มที่ริเริ่มโดย Strat-up สัญชาติไทยซึ่งรวบรวมสินค้าและบริการฮาลาลจากทั่วประเทศไทย และ **“thaitrade.com”** แพลตฟอร์มภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมการส่งออกกระทรวงพาณิชย์



INTERNATIONAL INSTITUTE FOR  
TRADE AND DEVELOPMENT  
Go for Goals

แม้ว่า “IMT-GT e-Commerce” จะทำหน้าที่เพียงสะพานเชื่อมต่อไปยังแพลตฟอร์มของประเทศสมาชิก อาจไม่มีสีสันและการโฆษณาที่ดึงดูดเทียบเท่ากับแพลตฟอร์มกระแสหลัก แต่ “IMT-GT e-Commerce” มีจุดเด่น 2 ประการ ได้แก่

**ประการแรก** เป็นแพลตฟอร์มที่มุ่งเป้าเชื่อมต่อไปยังแพลตฟอร์มเครือข่ายผู้ประกอบการ MSMEs ตัวจริงในท้องถิ่นของประเทศสมาชิกโดยไม่ผ่านแพลตฟอร์มที่ดำเนินการโดยบริษัทข้ามชาติ

**ประการที่สอง** มีการแบ่งหมวดหมู่สินค้าที่มุ่งตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ IMT-GT อย่างตรงจุด จากการสำรวจพบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าประเภทอาหาร เกษตร และเครื่องนุ่งห่ม เช่น อาหารและผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานฮาลาล หรือ เครื่องแต่งกายที่ตรงกับรสนิยมและแฟชั่นของกลุ่มชาติพันธุ์หลายชาติซึ่งเป็นประชากรที่มีจำนวนมากใน IMT-GT อีกทั้งยังมีศักยภาพในการขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางได้ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของ IMT-GT

การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดออนไลน์ของ “IMT-GT e-Commerce” ส่งผลต่อเนื่องให้มีความจำเป็นต้องยกระดับในหลายด้าน อาทิ **การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในประเทศสมาชิก** ผ่านการดึงดูดเด่นด้านแหล่งรวมสินค้าที่ตรงตามความต้องการผู้บริโภคในประเทศ IMT-GT และสร้างความตระหนักถึงความสำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการ MSMEs

รวมถึง**การพัฒนาแพลตฟอร์มรองรับการเข้าถึงของผู้บริโภคนานาชาติและเป็นมิตรกับผู้ใช้** ผ่านการสร้างแพลตฟอร์มที่มีทั้งภาษาอังกฤษ ภาษาท้องถิ่น และภาษาอาหารรับรองรับตลาดฮาลาล เนื่องจากปัจจุบันบางแพลตฟอร์มยังมีเฉพาะภาษาท้องถิ่น เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างความนิยมนำมาซึ่งจำนวนผู้ค้าและสินค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น และมูลค่าการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศที่สูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าความร่วมมือด้านอื่น ๆ ของ IMT-GT จะมีความคืบหน้าที่ค่อนข้างล่าช้า เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การเชื่อมโยงเขตเศรษฐกิจพิเศษ การเชื่อมโยงนิคมอุตสาหกรรมยางพารา เป็นต้น แต่ต้องยอมรับว่าในด้านการส่งเสริม MSMEs นั้น **IMT-GT สามารถปรับตัวในการส่งเสริมผู้ประกอบการให้เข้าสู่ยุคดิจิทัลท่ามกลางวิกฤติได้อย่างรวดเร็ว และสามารถนำนโยบายมาสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมซึ่งมีความก้าวหน้ากว่า ASEAN** แต่ยังคงอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในประเทศสมาชิกในการขับเคลื่อนและพัฒนา “IMT-GT e-Commerce” ต่อไป

Tag: IMT-GT e-Commerce, MSMEs

ผู้เขียน กอปรธรรม นีละไพจิตร  
นักวิจัย

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

[www.itd.or.th](http://www.itd.or.th)

ตีพิมพ์ : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ Section : การเงิน-ลงทุน

ปีที่ 35 ฉบับที่ 12001 วันพุธที่ 1 ธันวาคม 2564

หน้า 8 (ซ้าย) คอลัมน์ “Asean Insight”