

รายงานประจำปี
2563
สำนักงานนโยบายและ
ยุทธศาสตร์การค้า

Trade Policy and Strategy Office
Annual Report 2020

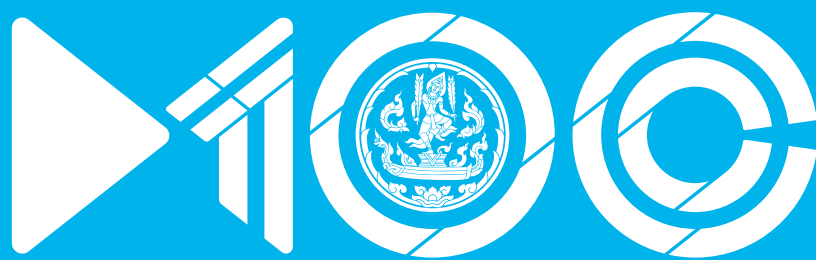


๑๐๐ ปี
กระทรวงพาณิชย์
สถาปนา พ.ศ. ๒๔๖๑



TPSO

Trade Policy and Strategy Office



๑๐๐ ปี
กระทรวงพาณิชย์
สถาปนา พ.ศ. ๒๕๖๓

สารบัญ

	หน้า		หน้า
 งบประมาณ		 การปฏิบัติราชการ ด้าน Local Economy	
งบประมาณของ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า	7	การสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก	36
		การสำรวจข้อมูลเศรษฐกิจฐานราก	39
		การดำเนินงานด้านความร่วมมือในกรอบ CLMVT	41
 รายงานการปฏิบัติราชการ		 บทความ/บทวิเคราะห์ ด้านเศรษฐกิจการค้า	
รายงานการปฏิบัติราชการตามมาตรการ ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ	8	แนวโน้มผลกระทบจากบริบทโลกยุคใหม่ ต่อภาคบริการไทย	44
		สินค้าศักยภาพในตลาดสำคัญและ นโยบายส่งเสริมการส่งออกในอนาคต	54
 การปฏิบัติราชการ ด้าน Strategy		การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์	57
การจัดทำเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า	12	การเปลี่ยนแปลงทางเลือกผู้บริโภค	58
การดำเนินงานด้าน กรอ. พาณิชย์	15	“เงินฝืด” คืออะไร	60
การจัดทำข้อเสนอรองรับโควิด-19	16	เทคโนโลยีและธุรกิจยุคใหม่ ABCDEF	63
โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย	18	โควิด-19 ไวรัสเปลี่ยนโลก	65
โครงการศึกษาทิศทางการเปลี่ยนแปลงสู่ระเบียบโลกใหม่	21		
 การปฏิบัติราชการ ด้าน New Economy		 ภาพกิจกรรม	
การดำเนินงานด้าน Blockchain	26	ภาพกิจกรรมการดำเนินงานของ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า	67
โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศเชิงลึก ด้านเศรษฐกิจการค้า	29		
การพัฒนาธุรกิจบริการ	31	 งบการเงิน	
		งบแสดงฐานะการเงิน	70
		งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน	71
		รายงานรายได้แผ่นดิน	72

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรหลักในการชี้นำเศรษฐกิจการค้าไทย เพื่อก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ ให้เติบโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

Be a principal agency to lead Thailand's economy and trade toward a new economic era with the average annual growth of no less than 5%

พันธกิจ

บูรณาการ จัดทำ และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าให้มีทิศทางชัดเจนเป็นเอกภาพ

Integrate, formulate and drive forward Thailand's trade strategies

ศึกษา วิเคราะห์ ติดตาม และรายงานสถานการณ์ทางการค้าที่สำคัญ

Study, analyze, monitor and report trade situations

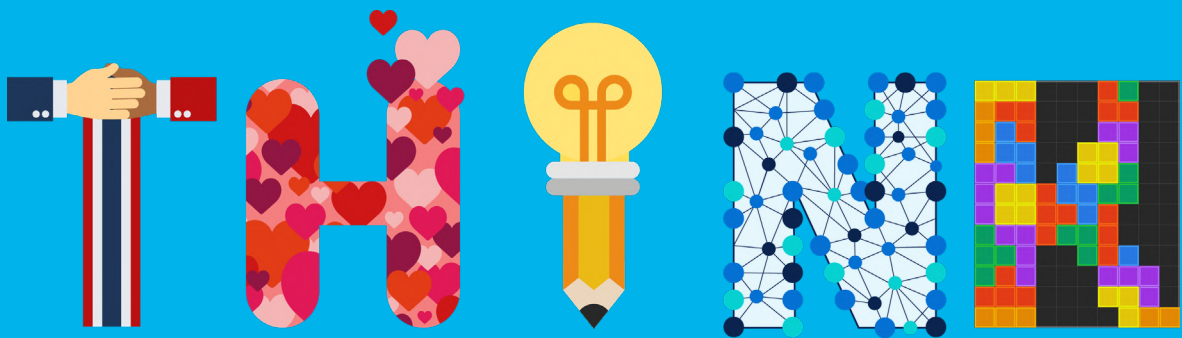
จัดทำและพัฒนาเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ

Establish and develop economic indicators

เป็นศูนย์กลางระบบฐานข้อมูลเศรษฐกิจการค้า

Serve as the center for economic and trade intelligence system

ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร



Teamwork หมายถึง การปฏิบัติงานที่มุ่งสร้างผลลัพธ์ที่เป็นเลิศจากการทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี และการยอมรับความแตกต่างทางความคิด เพื่อให้เกิดการทำงานอย่างบูรณาการ บนพื้นฐานของความไว้วางใจและช่วยเหลือซึ่งกันและกันรวมถึงการอุทิศความรู้ ความสามารถ ให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่มีความท้าทาย

Hearted service หมายถึง การปฏิบัติงานเพื่อสร้างผลงานที่ดีและเหนือความคาดหวัง เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องเกิดความประทับใจ การเสนอความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง รวบรวมถึงการปฏิบัติตนและการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วยความเคารพและไม่เลือกปฏิบัติ

Intention หมายถึง การปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจ และทุ่มเทเพื่อที่จะบรรลุภารกิจของตนเอง และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Networking หมายถึง การปฏิบัติงานที่มุ่งสร้างผลลัพธ์ที่ดีขึ้น จากการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายภายนอกองค์กร โดยการผสมผสานแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย และการร่วมกันปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยความร่วมมือของทุกฝ่าย

Knowledge หมายถึง การปฏิบัติงานที่มีพื้นฐานบนองค์ความรู้ การส่งมอบองค์ความรู้จากการทำงานและการแสวงหาความรู้ใหม่ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงงาน การสร้างผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น และสอดคล้องกับบริบทของการแข่งขันในปัจจุบัน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1:

จัดทำ/เสนอแนะ และขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าแห่งชาติ เพื่อรองรับเศรษฐกิจใหม่

เป้าประสงค์ เศรษฐกิจการค้าไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

- กลยุทธ์**
1. ศึกษาโอกาสจากแนวโน้มตลาดโลกและประเด็นทางการค้าใหม่ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ
 2. สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมเชิงพาณิชย์
 3. เสริมสร้างศักยภาพธุรกิจบริการ
 4. สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากไทย
 5. สร้างกลไกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2:

เป็นศูนย์กลางและเป็นเลิศด้านข้อมูลเศรษฐกิจการค้าของประเทศ

เป้าประสงค์

1. มีข้อมูลเศรษฐกิจการค้าที่ทันสมัยเพื่อประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายและจัดทำยุทธศาสตร์การค้า
2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีข้อมูลเศรษฐกิจการค้าและเครื่องชี้วัดที่ถูกต้องและทันสมัยเพื่อประกอบการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบาย

- กลยุทธ์**
1. การบริหารจัดการและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านเศรษฐกิจการค้าให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ
 2. จัดทำและพัฒนาเครื่องชี้วัดด้านเศรษฐกิจการค้าให้ถูกต้องและทันสมัยตามมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง
 3. สร้างและพัฒนาเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3:

สร้างองค์กรให้เป็นที่ยอมรับด้านวิชาการและมีธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ ผลงานเป็นที่ยอมรับและมีการนำไปใช้ประโยชน์

- กลยุทธ์**
1. พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ
 2. เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน
 3. พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร
 4. สร้างความเป็นธรรม ขวัญกำลังใจ และบรรยากาศที่ดีในการทำงาน
 5. สร้างองค์ความรู้และกระบวนการถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นระบบ





คณะผู้บริหาร

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



1 นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

3 นางบุษพันธ์ กฤษณามระ
ผู้อำนวยการกองนโยบายการสร้างความเข้มแข็งทางการค้า

5 นางสาวลลิตกัญญา หอมวิเศษวงศา
ผู้อำนวยการกองนโยบายระบบการค้า

7 นางพรพรรณนิล ศตวรรษาร่าง
ผู้อำนวยการกองวิจัยเศรษฐกิจการค้ามหภาค

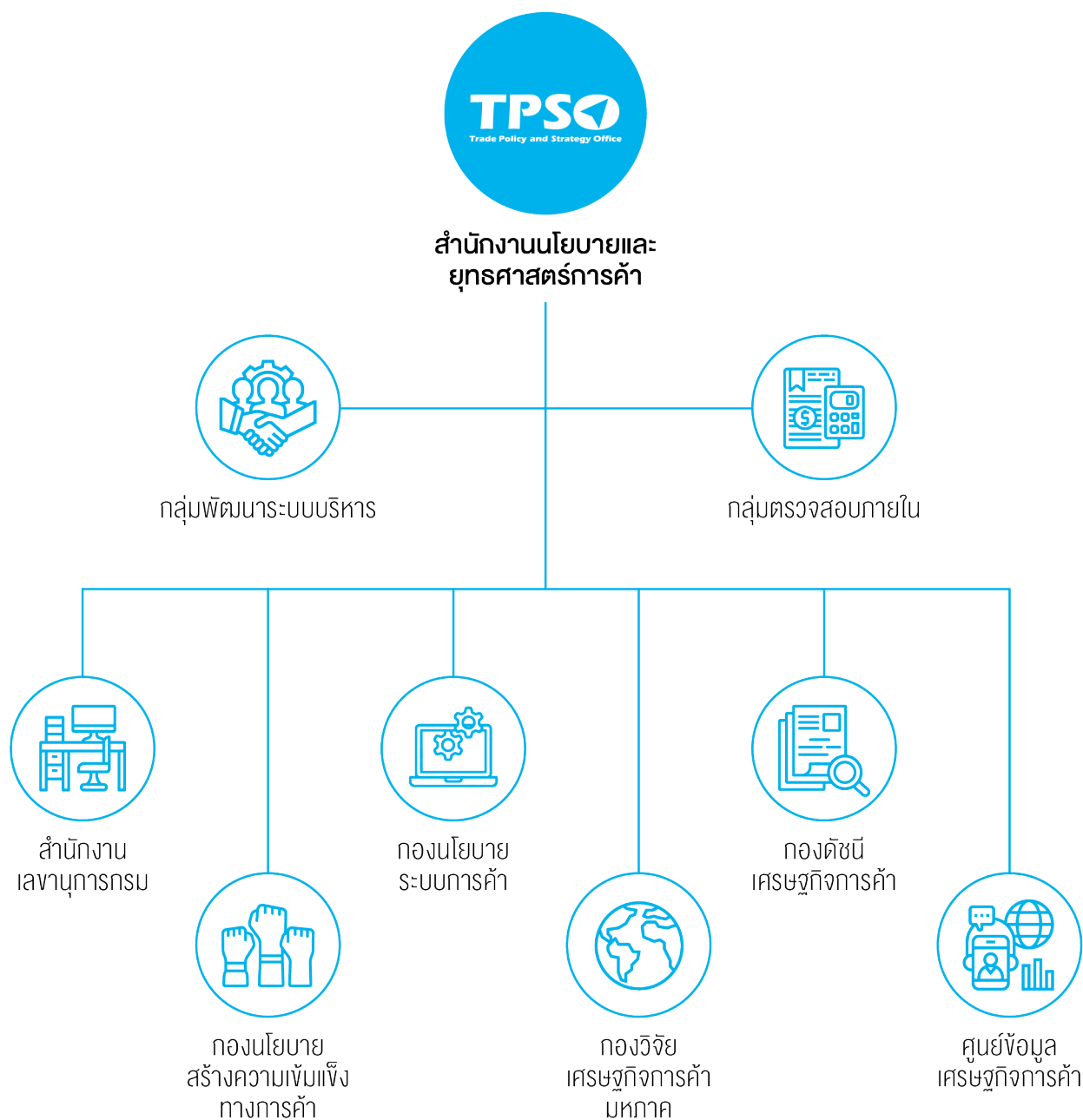
2 นางสาวสุรียพร สหวัฒน์
รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

4 นายวิชานัน นิวัตจินดา
ผู้อำนวยการกองดัชนีเศรษฐกิจการค้า

6 นางฐิติชญาภัทร์ ภัทรปภา
ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการค้า

8 นางพรกมล เกษอารี
เลขานุการกรม

โครงสร้างองค์กร



อำนาจหน้าที่กอง

สำนักงานเลขานุการกรม

ดำเนินการบริหารงานด้านต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานร่วมกัน

กองนโยบายการสร้าง competitiveness

เสนอแนะ จัดทำ นโยบายและยุทธศาสตร์การค้ารายสาขา การสร้าง competitiveness ให้แก่เศรษฐกิจ บริการ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กองนโยบายระบบการค้า

เสนอแนะนโยบาย และยุทธศาสตร์การค้ารวมของประเทศ เศรษฐกิจการค้ายุคใหม่ การสร้างระบบนิเวศทางการค้า การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน

กองวิจัยเศรษฐกิจการค้ามหภาค

ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย ข้อมูลเศรษฐกิจการค้า จัดทำและพัฒนาแบบจำลอง เพื่อคาดการณ์ เตือนภัย และประเมินผลกระทบการค้าในมิติต่าง ๆ

กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า

จัดทำ พัฒนา เผยแพร่ ข้อมูลและงานวิจัยด้านดัชนีเศรษฐกิจการค้าและวิเคราะห์ วิจัยเชิงลึก พัฒนาดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจการค้าใหม่ ที่สอดคล้องกับรูปแบบสถานการณ์และนโยบาย

ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการค้า

บริการ เผยแพร่ ให้คำปรึกษาด้านข้อมูลเศรษฐกิจการค้า และสร้างเครือข่าย เชื่อมโยง การแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้า ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ

กลุ่มพัฒนาระบบราชการ

เสนอแนะ ให้คำปรึกษา ติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการภายในสำนักงาน

กลุ่มตรวจสอบภายใน

ตรวจสอบด้านการบริหาร การเงินและการบัญชี และดำเนินการสนับสนุนการปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ

หน่วย : บาท

	งบประมาณ ปี พ.ศ. 2563
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	58,081,500
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	21,947,200
แผนงานยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม	70,558,200
แผนงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	13,115,900
แผนงานบูรณาการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต	24,516,400
	รวม 188,219,200

รายงานการปฏิบัติราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติราชการ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

ตัวชี้วัดที่ 1:

ความสำเร็จในการจัดทำนโยบาย หรือมาตรการ หรือยุทธศาสตร์ทางการค้า

1

นโยบาย หรือมาตรการ หรือยุทธศาสตร์ทางการค้าที่ได้รับความเห็นชอบให้ดำเนินการต่อไป

- 1 | แนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก
- 2 | การวิเคราะห์ตลาดและสินค้าศักยภาพ เพื่อรองรับสถานการณ์สงครามการค้าและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ
- 3 | ประเมินการและกำหนดเป้าหมายการส่งออกปี 2563 เพื่อเป็นแนวทางผลักดันการส่งออก

เป้าหมาย			ผลการดำเนินงาน
ขั้นต้น (50)	มาตรฐาน (75)	ขั้นสูง (50)	
เห็นชอบโดยปลัดกระทรวงพาณิชย์ และเสนอต่อ รมว. พณ. พิจารณาให้ความเห็นชอบ	เสนอวาระในองค์คณะที่แต่งตั้งโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ขึ้นไป เช่น คณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนด้านการพาณิชย์ (กรอ.พณ.) ฯลฯ อย่างน้อย 1 เรื่อง	เสนอวาระในองค์คณะที่แต่งตั้งโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ขึ้นไป เช่น คณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนด้านการพาณิชย์ (กรอ.พณ.) ฯลฯ อย่างน้อย 2 เรื่อง	เสนอรายงานต่อปลัดกระทรวงพาณิชย์ และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ครบทั้ง 3 เรื่อง รวมถึงสามารถเสนอวาระในคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนด้านการพาณิชย์ (กรอ.พณ.) จำนวน 1 เรื่อง คือ ประเมินการและกำหนดเป้าหมายการส่งออกปี 2563 เพื่อเป็นแนวทางผลักดันการส่งออก โดยเสนอในวาระการประชุมเพื่อพิจารณา กรอ.พาณิชย์ วันที่ 25 มีนาคม 2563 (“สินค้าและตลาดส่งออกที่ควรเร่งกำหนดแผนผลักดันหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 คลี่คลาย”)

2

ร้อยละความสำเร็จในการติดตามนโยบาย หรือมาตรการ หรือยุทธศาสตร์ทางการค้าที่ได้รับความเห็นชอบให้ดำเนินการในปี 2562

เป้าหมาย			ผลการดำเนินงาน
ขั้นต้น (50)	มาตรฐาน (75)	ขั้นสูง (50)	
จัดทำรายงานผลการติดตามโดยสรุปความสำเร็จของนโยบายเสนอต่อผู้บริหารกระทรวง ร้อยละ 80 (17 เรื่อง)	จัดทำรายงานผลการติดตามโดยสรุปความสำเร็จของนโยบายเสนอต่อผู้บริหารกระทรวง ร้อยละ 80 (19 เรื่อง)	จัดทำรายงานผลการติดตามโดยสรุปความสำเร็จของนโยบายเสนอต่อผู้บริหารกระทรวง ร้อยละ 100 (21 เรื่อง)	ได้ดำเนินการออกแบบและจัดทำแบบสอบถามออนไลน์เพื่อติดตามนโยบาย หรือมาตรการ หรือยุทธศาสตร์ทางการค้าที่ได้รับความเห็นชอบให้ดำเนินการในปี 2562 จำนวนรวมมากกว่า 21 เรื่อง (22 เรื่อง) โดยได้หนังสือขอความอนุเคราะห์ประสานงานหน่วยงานในสังกัด พณ. ที่เกี่ยวข้อง ช่วยตอบแบบสอบถาม และนำมารวบรวมและวิเคราะห์จัดทำเป็นรายงานผลการติดตามโดยสรุปความสำเร็จของนโยบายเสนอต่อผู้บริหารกระทรวง (ปลัดกระทรวงพาณิชย์) ได้สำเร็จ

ตัวชี้วัดที่ 2:

การพัฒนาคลังข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และติดตามสถานะเศรษฐกิจรายจังหวัด

เป้าหมาย			ผลการดำเนินงาน
ขั้นต้น (50)	มาตรฐาน (75)	ขั้นสูง (50)	
คลังข้อมูล หรือ การเชื่อมโยงข้อมูล ที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์เศรษฐกิจรายจังหวัด	ได้ Policy Dashboard สำหรับติดตามสถานะเศรษฐกิจรายจังหวัด Dashboard มีข้อมูลที่สามารถแสดงผลระดับ Analytics	ได้ Policy Dashboard สำหรับติดตามสถานะเศรษฐกิจรายจังหวัด Dashboard มีข้อมูลที่สามารถแสดงผลระดับ Predictive Analytics และแสดงให้เห็นถึงการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	พัฒนาระบบรายงานกำกับและติดตามนโยบายเศรษฐกิจการค้าระดับจังหวัด (Province policy Dashboard) โดยมีรายละเอียดงาน ดังนี้ 1 ยืนยันการออกแบบหน้าจอ 2 ออกแบบคลังข้อมูล (Data Warehouse Design & Integration Spec) 3 พัฒนาค้างข้อมูลตามผลการออกแบบ (Data Warehouse Development) จัดทำคลังรวบรวมข้อมูลได้ประมาณ 80% และ ณ สิ้นปีงบประมาณ 2563 อยู่ระหว่างเริ่มสร้าง Dashboard ควบคู่กันไป

ตัวชี้วัดที่ 3:

การพัฒนาระบบ Single Sign On เพื่อเชื่อมโยงการลงชื่อเข้าใช้งานระบบงาน

เป้าหมาย			ผลการดำเนินงาน
ขั้นต้น (50)	มาตรฐาน (75)	ขั้นสูง (50)	
เชื่อมโยงได้ร้อยละ 50 ของระบบทั้งหมด	เชื่อมโยงได้ร้อยละ 75 ของระบบทั้งหมด	เชื่อมโยงได้ร้อยละ 100 ของระบบทั้งหมด	เชื่อมโยงได้ทั้งหมด 6 ระบบ ประกอบด้วย 1 ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ 2 ระบบจองห้องประชุม 3 ระบบจองรถยนต์ 4 ระบบเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต 5 ระบบประเมินผลตามยุทธศาสตร์ 6 ระบบสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า (คิดค่า.com)

ตัวชี้วัดที่ 4:

การจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคกลุ่มแรงงาน: CPI Worker (Comprehensive Method)

เป้าหมาย			ผลการดำเนินงาน
ขั้นต้น (50)	มาตรฐาน (75)	ขั้นสูง (50)	
โครงสร้างน้ำหนักค่าใช้จ่ายของกลุ่มผู้ใช้แรงงานไม่น้อยกว่า 7 หมวดสินค้าและบริการ	- โครงสร้างน้ำหนักค่าใช้จ่ายของกลุ่มผู้ใช้แรงงานไม่น้อยกว่า 7 หมวดสินค้าและบริการ - ราคาสินค้าและบริการที่กลุ่มผู้ใช้แรงงานบริโภคไม่น้อยกว่า 7 หมวดสินค้าและบริการ	- ดัชนีราคาผู้บริโภคกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ระดับประเทศ ภาค และจังหวัด เป็นรายเดือนและไตรมาส - กระทรวงแรงงานนำไปใช้ประโยชน์ในการพิจารณาปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ	สามารถดำเนินการแล้วเสร็จตามเป้าหมาย โดยจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคกลุ่มแรงงานในระดับประเทศ (1 ชุด) ระดับภาค (5 ชุด) และระดับจังหวัด (74 ชุด และกรุงเทพฯ และปริมณฑล 1 ชุด) และได้นำเสนอผลต่อกระทรวงแรงงานเป็นที่เรียบร้อย

การจัดทำและพัฒนา เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

ให้สอดคล้องพฤติกรรมและโครงสร้างเศรษฐกิจใหม่
ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า มีภารกิจหลักในการจัดทำเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้าที่สำคัญของประเทศ ซึ่งหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และผู้สนใจ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางและหลากหลาย อีกทั้งเครื่องชี้วัดเหล่านี้ยังมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเชิงนโยบายของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า ได้จัดทำและพัฒนาเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีเครื่องชี้วัดที่มีประสิทธิภาพ และสะท้อนกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมสู่ระบบการค้ามากขึ้น

การพัฒนาและยกเครื่องตัวชี้วัดเดิม

ในปี 2563 กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า ได้พัฒนาการจัดทำเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้าให้มีความทันสมัย สอดรับพฤติกรรมใหม่ๆ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ให้มากยิ่งขึ้น โดยมีการปรับปีฐานของดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป) และดัชนีราคาผู้ผลิต ซึ่งปกติแล้วจะมีการปรับทุก 4-5 ปี และมีการปรับปรุงรายละเอียดที่สำคัญหลายมิติ ทั้งในเชิงโครงสร้าง ความครอบคลุม และวิธีการจัดทำ อีกทั้งยังคำนึงถึงการเชื่อมโยงและบูรณาการกับเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจของหน่วยงานอื่น เพื่อให้ผู้ใช้สามารถนำประโยชน์จากเครื่องชี้วัดเหล่านี้ได้อย่างเต็มที่ และมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



1 | การปรับปัญหาค่าดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป)

Consumer Price Index : CPI

ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ได้ปรับจากปีฐาน 2558 เป็นปีฐาน 2562 ซึ่งเป็นปีที่สำนักงานสถิติแห่งชาติ สํารวจสถานะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนทั่วประเทศ และเป็นปีที่ยังไม่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 การปรับปีฐานดัชนีราคาผู้บริโภค ดังกล่าว ได้มีการทบทวนกรอบข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความครอบคลุมของครัวเรือนทั้งในเชิงพื้นที่รายได้ และค่าใช้จ่ายใหม่ ทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคปีฐาน 2562 สามารถกระจายพฤติกรรมกรรมการบริโภคในแต่ละภาคได้อย่างเหมาะสม และสะท้อนพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของครัวเรือนทั้งประเทศได้ถึงร้อยละ 71 อีกทั้ง ยังมีรายการสินค้าและบริการในตะกร้าเงินเฟ้อ (Inflation Basket) ที่ทันสมัยและสอดคล้องกับพฤติกรรมทั้งในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต โดยเฉพาะยุคโควิด สุขภาพนิยม และสังคมผู้สูงอายุ อีกด้วย โดยตะกร้าเงินเฟ้อในปีฐานใหม่นี้จะมีจำนวนสินค้าและบริการทั้งสิ้น 430 รายการ (จากเดิม 422 รายการ) ประกอบด้วยสินค้าจำนวน 341 รายการ และบริการจำนวน 89 รายการ โดยมีรายการสินค้าและบริการใหม่ๆ อาทิ หน้ากากอนามัย อาหารจากธัญพืช ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม ผลิตภัณฑ์รองพื้นค่าอาบน้ำและตัดแต่งขนสัตว์ ค่าเบี้ยประกันอัคคีภัย ยาขับลม ยาหม่อง ยาหอม เป็นต้น

2 | การปรับปัญหาค่าดัชนีราคาผู้ผลิต

Producer Price Index

ดัชนีราคาผู้ผลิต (PPI) ได้เปลี่ยนจากปีฐาน 2553 เป็นปีฐาน 2558 ตามตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Table : I/O Table) ล่าสุด ที่จัดทำโดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เนื่องจากดัชนีราคาผู้ผลิต ใช้ข้อมูลมูลค่าผลผลิตจาก I/O Table เป็นกรอบในการปรับปรุงน้ำหนัก โดยครั้งนี้มีการปรับปรุงที่สำคัญ ได้แก่ การปรับโครงสร้างหมวด/หมู่/รายการสินค้า โดยเฉพาะโครงสร้างดัชนีราคาผู้ผลิตแบ่งตามกิจกรรมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากลมากขึ้น โดยปรับปรุงตามการจัดประเภทผลิตภัณฑ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย (Classification of Products by Activity : CPA) ปี 2554 รวมทั้งได้ปรับปรุงรายการสินค้าและสัดส่วนความสำคัญของสินค้า เพื่อให้ดัชนีราคาผู้ผลิตมีความทันสมัย สอดคล้อง และสะท้อนโครงสร้างการผลิตของประเทศไทยในปัจจุบัน สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ กำหนด และวางแผนนโยบายด้านการค้า รวมถึงสามารถใช้วิเคราะห์ร่วมกับเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจอื่น ๆ เกี่ยวข้องได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้ดัชนีราคาผู้ผลิต ปีฐาน 2558 มีจำนวนรายการสินค้าทั้งสิ้น 501 รายการ

ศึกษาและจัดทำเครื่องชี้วัดใหม่

นอกจากมีการพัฒนาและยกเครื่องชี้วัดตัวชี้วัดเดิมที่ได้จัดทำอยู่แล้ว กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า ยังมีการศึกษาและจัดทำดัชนีเศรษฐกิจการค้าใหม่ เพื่อเป็นเครื่องชี้วัดทางเลือกสำหรับประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายและมาตรการในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน รวมทั้งผู้บริโภคยังสามารถใช้ติดตามสถานการณ์ และความเคลื่อนไหวของค่าบริการที่ผู้บริโภคเผชิญ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการใช้จ่ายและวางแผนในการดำเนินชีวิต ภายใต้ชื่อ **ดัชนีราคาผู้บริโภคกลุ่มค่าบริการ (Consumer Price Index Service : CPI Service) และดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคบริการ (Business Confidence Index Service: BCI Service)** โดยมีรายละเอียด ดังนี้



1 | ดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มค่าบริการ Consumer Price Index Service : CPI Service

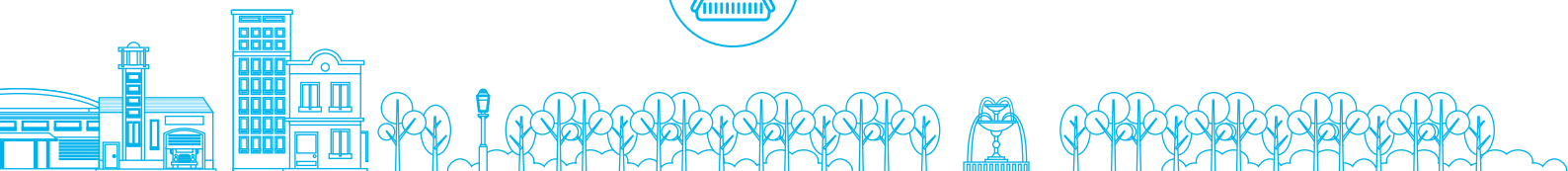
ดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มค่าบริการ เป็นดัชนีราคาที่คัดเลือกรายการค่าบริการจากตะกร้าดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศ ซึ่งมีจำนวน 83 รายการ จาก 422 รายการ คิดเป็นร้อยละ 20 ในตะกร้าฯ แล้วนำมาจัดหมวดหมู่ตามโครงสร้างมาตรฐานอุตสาหกรรมไทย (Thailand Standard Industrial Classification : TSIC) เป็น 12 หมวด ได้แก่ 1) หมวดการก่อสร้าง 2) หมวดการขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ 3) หมวดการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า 4) หมวดที่พักแรมและบริการด้านอาหาร 5) หมวดข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร 6) หมวดกิจกรรมทางการเงิน และการประกันภัย 7) หมวดกิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ 8) หมวดกิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน 9) หมวดการศึกษา 10) หมวดกิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ 11) หมวดศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ และ 12) หมวดกิจกรรมการบริการด้านอื่น ๆ

ซึ่งการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มค่าบริการ ดังกล่าวจะสามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของค่าบริการได้เฉพาะเจาะจงกว่าดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป ดังนั้น จึงเป็นเครื่องชี้วัดทางเลือกที่เหมาะสมในการกำหนดมาตรการและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการของภาครัฐและภาคเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ จะมีการปรับปรุงรายการบริการอีกครั้ง ตามสินค้าและบริการในตะกร้าดัชนีราคาผู้บริโภคชุดทั่วไป ที่ปรับปีฐานจากปี 2558 เป็นปี 2562 และมีแผนจะเผยแพร่ข้อมูลเป็นรายไตรมาสในปี 2564 นี้

2 | ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคบริการ Business Confidence Index Service: BCI Service

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคบริการ เป็นดัชนีใหม่ที่สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้บูรณาการร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องชี้วัดทางเลือก สำหรับการกำหนดมาตรการ/นโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคธุรกิจบริการได้อย่างเหมาะสม และทัน่วงที่ ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคบริการ ใช้ข้อมูลจากโครงการสำรวจยอดขาย รายไตรมาสของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งมีการสำรวจทุกปี และในการจัดทำดัชนีดังกล่าว ได้จำแนกข้อมูลตามโครงสร้างมาตรฐานอุตสาหกรรมไทย (Thailand Standard Industrial Classification : TSIC) เป็น 7 ประเภท ได้แก่ 1) การขายปลีก 2) ที่พักแรม 3) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม 4) การผลิตภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ฯ และกิจกรรมสำนักข่าว 5) การให้เช่าของใช้ส่วนบุคคลและของใช้ในครัวเรือนฯ 6) กิจกรรมศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ และ 7) การซ่อมของใช้ส่วนบุคคล ๆ และกิจกรรมการบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังมีการจำแนกข้อมูลตามขนาดของสถานประกอบการ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สถานประกอบการขนาดเล็ก (คนทำงาน 1-30 คน) สถานประกอบการขนาดกลาง (คนทำงาน 31-100 คน) และสถานประกอบการขนาดใหญ่ (คนทำงาน 101 คนขึ้นไป)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคบริการ ทำให้ทราบถึงทิศทาง แนวโน้ม และการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินธุรกิจรวมทั้งปัญหา/อุปสรรคที่ภาคธุรกิจบริการกำลังเผชิญ ดังนั้น จึงเป็นดัชนีทางเลือกที่สามารถใช้ประกอบการกำหนดมาตรการและการวางแผนธุรกิจของภาครัฐและเอกชนที่เหมาะสมและทัน่วงที่ ทั้งนี้ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า มีแผนที่จะเผยแพร่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคบริการเป็นรายไตรมาสภายในปี 2564 นี้



การดำเนินงานด้าน กรอ. พาณิชย์



แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) มีนโยบายในการให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกันระหว่างองค์การภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาสังคม ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านการค้า การลงทุน การส่งออก และการดูแลผู้บริโภค ให้ได้รับความเป็นธรรม ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยการหาหรือแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจการค้า รวมถึงการแก้ไขปัญหาอุปสรรคของภาคเอกชน และขับเคลื่อนโดยการบูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม จึงแต่งตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนด้านการพาณิชย์ (กรอ. การพาณิชย์) ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐทั้งภายนอกและภายใน กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานภาคเอกชน โดยมีเป้าหมายสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าเป็นฝ่ายเลขานุการ ในการรวบรวมประเด็นสำคัญขึ้นหารือ เสนอแนะแนวทาง และมาตรการ และ ติดตามความคืบหน้าและรายงานผล

แนวทาง/ กระบวนการ/ กิจกรรมการดำเนินงาน

1 | รวบรวมประเด็นอุปสรรคปัญหาและความต้องการของภาคเอกชน เพื่อนำเสนอในการประชุม กรอ. การพาณิชย์

- 2 | ประสานหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมให้ข้อคิดเห็นหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
- 3 | จัดทำข้อมูล สถิติ สถานการณ์ทางการค้าที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาสภาพปัญหา เสนอแนะแนวทางการดำเนินการ และหน่วยงานที่รับผิดชอบ
- 4 | ติดตามความคืบหน้าการดำเนินการและรายงานให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ทราบ

ผลสำเร็จ/ ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ

ในปี พ.ศ. 2563 ได้มีการประชุม กรอ. การพาณิชย์ จำนวน 2 ครั้ง เพื่อร่วมกันทำงานทั้งในด้านการส่งเสริมอำนวยความสะดวก การดูแลประชาชน และการแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้า ซึ่งเกิดผลสำเร็จจุลแล้วหลายประการ อาทิ การดูแลค่าครองชีพ ปริมาณและราคาสินค้าอุปโภคบริโภค และการกำหนดรายการสินค้าจำเป็นต่อการ

ดำรงชีพให้สามารถขนส่งได้ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19 การกำหนดตลาดเป้าหมายการส่งออกใหม่ร่วมกับภาคเอกชน การเร่งรัดแก้ไขปัญหาและอำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดน การเร่งรัดการดำเนินการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรสำคัญ เป็นต้น

การจัดทำข้อเสนอรองรับโควิด-19

โครงการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการรับมือ
กับสถานการณ์ภัยพิบัติจากการถอดบทเรียน
ในช่วงการแพร่กระจายโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

โครงการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการรับมือกับสถานการณ์ภัยพิบัติจากการถอดบทเรียนในช่วงการแพร่กระจายโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคที่องค์กรภาคเอกชนชั้นนำและภาครัฐประสบช่วงโควิด-19 รวมถึงศึกษายุทธศาสตร์ แนวคิดและแนวทางการรับมือวิกฤตโควิด-19 ที่เกิดขึ้นขององค์กรเหล่านั้น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐ อาทิ การช่วยเหลือบรรเทาผลกระทบด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการเงิน การตลาด แรงงาน และข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติต่อภาคเอกชน อาทิ การเตรียมแผนบริหารความต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) การจัดตั้งหน่วยงานพิเศษเพื่อบริหารจัดการวิกฤต การปรับรูปแบบการทำงาน รวมถึงธุรกิจ เพื่อเสนอให้องค์กรภาครัฐและเอกชนได้นำไปเตรียมความพร้อมต่อไป โดยได้มีการจัดงานสัมมนานำเสนอผลการศึกษาโครงการฯ เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2563

แนวทาง/ กระบวนการ/ กิจกรรมการดำเนินงาน

จ้างที่ปรึกษาฯ ดำเนินการสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศคู่ค้าสำคัญของไทยและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ รวมทั้งสำรวจผู้ประกอบการในไทย จำนวน 160 บริษัท เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นและสอบถามถึงมาตรการที่ภาคเอกชนต้องการให้ภาครัฐให้ความสำคัญ มีการจัดงานสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา และออกคู่มือการวางแผนธุรกิจสำหรับภาคเอกชน



ผลสำเร็จ/ ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ

โครงการศึกษาฯ ได้ประมวลผลรวบรวมแนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศของผู้ประกอบการมาเป็นคู่มือการวางแผนธุรกิจเพื่อรองรับภัยพิบัติสำหรับภาคเอกชน โดยจัดทำเป็นภาษาไทย 100 ชุด ภาษาอังกฤษ 50 ชุด และสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

โครงการฯ ได้เสนอผลการศึกษารวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ว่าโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุกขนาดและทุกสาขา โดยกว่าร้อยละ 80 ประสบปัญหายอดขายหรือรายได้ลดลงอย่างมาก และมีลดขนาดกิจการลง และยังมีปัญหาคำสั่งซื้อและลูกค้าลดลง การขาดแคลนสภาพคล่อง ต้นทุนธุรกิจที่สูงขึ้น ปัญหาหนี้สิน ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และความไม่พร้อมในด้านต่างๆ (เช่น การค้าออนไลน์ และการขาดอุปกรณ์ในการทำงานทางไกลจากบ้าน เป็นต้น) ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ปรับตัวในหลายด้าน โดยแนวทางหลักคือการปรับช่องทางการขายใหม่เป็นทางออนไลน์ การปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการใหม่ และการเปิดตลาดใหม่ และลูกค้ากลุ่มใหม่

ผลการสำรวจยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.1 เห็นว่าไม่มีนโยบายที่สนับสนุนเพราะเห็นว่ามาตรการลือคดาวน์ในวงกว้างสร้างผลกระทบทางลบต่อธุรกิจอย่างสูงและธุรกิจจำนวนมากเข้าไม่ถึงมาตรการเงินสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ร้อยละ 16.5 และ

ร้อยละ 13.7 เห็นว่านโยบายที่ช่วยสนับสนุนการประกอบธุรกิจได้แก่ มาตรการการพักชำระหนี้และชะลอหนี้ และมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ตามลำดับ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.1 เห็นว่ามาตรการปิดเมืองและการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินจำกัดเวลาการให้บริการ เป็นนโยบายที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจในช่วงโควิด-19 และร้อยละ 25.6 ระบุว่าไม่มีนโยบายที่เป็นอุปสรรค ร้อยละ 15.8 เห็นว่าอุปสรรคเกิดจากความไม่ชัดเจนของมาตรการ การเข้าไม่ถึงมาตรการ และความล่าช้าของมาตรการ

ประเด็นที่ภาคเอกชนต้องการการสนับสนุนจากรัฐ ได้แก่

- 1 | การให้ความช่วยเหลือและบรรเทาผลกระทบจากวิกฤต อาทิ การลดต้นทุนและเพิ่มสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการ การสร้างเวทีเพื่อทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการเอกชนกับภาครัฐในการจัดการสถานการณ์วิกฤต
- 2 | การฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังวิกฤตและการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจการค้า อาทิ ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจใหม่ให้มีความสมดุลและยืดหยุ่นต่อวิกฤต สร้างมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยในสินค้าและบริการ
- 3 | ยกขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจและการค้าของประเทศในอนาคต อาทิ ยกกระดับภาครัฐสู่ภาครัฐดิจิทัล (Digital Government) สู่ Digital Economy วางแผนระบบให้ความช่วยเหลือประชาชนและผู้ประกอบการในวิกฤตหรือภัยพิบัติเพื่อรองรับอนาคต



โครงการศึกษา การปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

สังคมสูงวัย หรือสังคมที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุในระดับสูง เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมด ได้กลายเป็นสถานการณ์ที่สำคัญของโลกและหลายประเทศกำลังเผชิญ โดยไทยได้เข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุ (Aging Society) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และคาดว่าไทยจะเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์ (Complete Aged Society) ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society) ภายในปี พ.ศ. 2579 ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อโครงสร้างประชากร และปัจจัยการผลิต รวมทั้งแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงาน ด้านบริการสุขภาพและการรักษาพยาบาลที่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มสูงขึ้น ด้านอุตสาหกรรมและบริการที่สนับสนุนส่งเสริมสุขภาพชีวิตของผู้สูงอายุ และธุรกิจต่าง ๆ ที่จะเติบโตไปพร้อมกับการเป็นสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งระบบเศรษฐกิจของไทย ดังนั้น การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจไทยในสังคมผู้สูงอายุจึงจำเป็นอย่างยิ่งต่อการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแล้ว และสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าสำหรับผู้สูงอายุ

แนวทาง/กระบวนการ/กิจกรรมดำเนินงาน

1 | ศึกษาแนวโน้มสำคัญทั้งในระดับโลกและระดับประเทศที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจสูงวัย รวมทั้งศึกษากรณีศึกษาของธุรกิจที่มีการดำเนินการตอบสนองต่อแนวโน้มสำคัญที่มีต่อการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย และแนวนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจสูงวัยในต่างประเทศ เพื่อระบอบอุปสงค์ของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจสูงวัย

2 | ศึกษาอุปทานของภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการของไทยที่มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของไทย

เพื่อวิเคราะห์กลุ่มผู้ประกอบการ ผลิตสินค้าและผู้ให้บริการของไทย ที่จะมีโอกาสในการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสูงวัย

3 | ศึกษาแผน นโยบาย และมาตรการของภาครัฐที่สนับสนุนภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสูงวัย เพื่อประกอบการวิเคราะห์ธุรกิจที่น่าสนใจร่วมกับอุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจสูงวัย

ผลสำเร็จ/ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ

1 | ความต้องการของผู้สูงวัย ประกอบด้วย การมีสุขภาพแข็งแรง อายุยืน ความมั่นคงทางการเงิน การดูแลเอาใจใส่และความเป็นปึกแผ่นของครอบครัว สังคมและไลฟ์สไตล์และความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต เป็นโอกาสของธุรกิจไทย ซึ่งครอบคลุมธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ ธุรกิจด้านสินค้าอุปโภคบริโภคบริการด้านการเงินและประกันภัย ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัย ไลฟ์สไตล์ ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ

2 | แนวทางการปรับตัวของภาคธุรกิจในสังคมสูงวัย ควรพัฒนาสินค้าและบริการสำหรับผู้บริโภคสูงวัยที่มีรายได้ทุกระดับ เนื่องจากสินค้าหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุนั้นยังคงเน้นกลุ่มเป้าหมายผู้มีระดับรายได้ค่อนข้างสูง ทำให้ผู้สูงอายุจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงได้ การออกแบบธุรกิจที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าถึงจะเป็นช่องทางการทำธุรกิจที่สร้างมูลค่ามาก และยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในภาพรวม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพของผู้สูงวัย คาดการณ์ความต้องการ (demand forecast) เพื่อวางแผนธุรกิจ เช่น เจาะล่องหน้าเรื่องราคาสินค้านำเข้าเพื่อลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น สิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ คือต้องมีความเข้าใจที่แท้จริงเกี่ยวกับความต้องการของผู้สูงวัย โลกของคนสูงวัยไม่ใช่แค่เรื่องการใช้ชีวิตหลังเกษียณ แต่เป็นแนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิตและความคุ้นชินกับเทคโนโลยี สินค้าและ

บริการต้องมาพร้อมกับนวัตกรรมที่ทำให้สามารถใช้ชีวิตอย่างอิสระ นอกจากนี้ ภาคธุรกิจต้องเตรียมรับมือกับภาวะขาดแคลนแรงงานในอนาคต ดังนั้น การเลือกใช้ประโยชน์ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์จากแรงงานผู้สูงวัย อาจเป็นตัวเลือกหนึ่งที่น่าสนใจพิจารณาในสาขาที่มีความเหมาะสม

3 | การพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจ ผู้ประกอบการควรยึดหลักการพัฒนาสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัยตามมาตรฐานสากล มี Universal design เพื่อสามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ โดยคำนึงถึงผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลางในการออกแบบ ทั้งนี้การส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาควิชาการเพื่อการถ่ายโอนองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติจริง เป็นอีกหนึ่งในแนวทางสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ

4 | ภาครัฐควรสนับสนุนภาคเอกชนในการเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อดำเนินนโยบายเชิงรุกในการขยายตลาดสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัย โดยศึกษาและประเมินความต้องการของตลาด (Demand driven) นำไปสู่การจับคู่ทางธุรกิจ (Business matching) เพื่อดึงธุรกิจต่างชาติให้เข้ามาลงทุน นอกจากนี้ การส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย ภาครัฐสามารถช่วยเหลือในด้านข้อมูลความต้องการของตลาดสูงวัยทั้งในและต่างประเทศ เพื่อการพัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและตรงกับมาตรฐาน

และความต้องการของตลาด รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านบริการสุขภาพผู้สูงอายุ ที่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ผ่านการขยายความร่วมมือและสร้างเครือข่ายระหว่างโรงพยาบาลเอกชนและโรงพยาบาลรัฐ รวมทั้งการจัดตั้งโรงเรียนเพื่อพัฒนาบุคลากรให้สามารถรองรับผู้สูงอายุทั้งในไทยและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการหลายภาคส่วนยังเผชิญอุปสรรคด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในเศรษฐกิจสูงวัย ดังนั้น ภาครัฐควรต้องดำเนินบทบาทในการอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ ซึ่งอาจมีช่องทางสำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม (Sandbox) และพัฒนากระบวนการดำเนินการในปัจจุบันให้มีความคล่องตัวมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถตอบสนองทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ท้ายที่สุด โจทย์สำคัญของการส่งเสริมเศรษฐกิจสูงวัย คือการกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจไปพร้อมๆ กับการสร้างสังคมสุขภาพดีและยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัย ภาครัฐจึงจำเป็นต้องสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในสังคม ผ่านความร่วมมือของทุกภาคส่วนเน้นรณรงค์เรื่องการป้องกันและรักษาสุขภาพมากกว่าการรักษาพยาบาล กระตุ้นให้เกิดสินค้าและบริการที่ช่วยป้องกันโรคร้าย รวมถึงการจัดสรรสวัสดิการที่สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน อันจะเป็นการช่วยประหยัดงบประมาณด้านสาธารณสุขของประเทศในระยะยาว



THAILAND'S SILVER ECONOMY

ธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ

หุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ธุรกิจพัฒนาที่พักอาศัย และไลฟ์สไตล์

อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

บริการด้านการเงิน และการประกันภัย

การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Learning)



การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสุ่ววัย

วันที่ 18 สิงหาคม 2563 เวลา 09.00 - 16.00 น.
ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร

ผู้เข้าร่วมประชุม

วิทยากร



นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์



นายจรินทร์ หนึ่งวงศ์ ณ อยุธยา
ผู้อำนวยการศูนย์
ผลักดันและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



ดร. สุธาทิ ทธิรักษ์ไพศาลวิวัฒน์
ผู้อำนวยการศูนย์
ผลักดันและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



For more information



Bolliger & Company

การสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสุ่ววัย

วันอังคารที่ 1 กันยายน 2563 เวลา 09.00 - 12.00 น. | ณ ห้องสุรศักดิ์ ชั้น 11 โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร

ผู้เข้าร่วมประชุม

หมายเหตุ: ให้อัปโหลด "เศรษฐกิจสุ่ววัย: โอกาสทางธุรกิจและการแข่งขันกับเพื่อนบ้าน"



คุณพิมพ์ชนก วอนขอพร
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์



พณ. นายจรินทร์ หนึ่งวงศ์ ณ อยุธยา
ผู้อำนวยการศูนย์
ผลักดันและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



ส.พ.ดร.จรินทร์ นุสประเสริฐ
ผู้อำนวยการศูนย์
ผลักดันและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



พ.น.ดร.จรินทร์ นุสประเสริฐ
ผู้อำนวยการศูนย์
ผลักดันและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



คุณวณิชชิน คุณวิวัฒนา
Head of Living Solution Business
บริษัท เบลูส์ บีบีเอส-ประเทศไทย จำกัด



คุณจรินทร์ หนึ่งวงศ์ ณ อยุธยา
ผู้อำนวยการศูนย์
ผลักดันและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



รศ.ดร.วิภากรณี โพธิ์ศรี
ผู้อำนวยการศูนย์
ผลักดันและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



คุณชาน วุฒินารายณ์
ผู้อำนวยการศูนย์
ผลักดันและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



Scan to register



ร่วมชมผ่าน
Facebook Live
สำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า
Bolliger & Company

ผู้ที่สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 0 2230 6399



โครงการศึกษา ทิศทาง การเปลี่ยนแปลงสู่ระเบียบโลกใหม่ (New World Order)

แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

แนวคิดเสรีนิยมซึ่งเป็นแนวคิดหลักที่กำหนดระเบียบโลก กระแสโลกาภิวัตน์ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่นำไปสู่ การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศและการส่งเสริม การค้าเสรี กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง อาทิ ความตึงเครียด ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและภูมิรัฐศาสตร์ กระแส การเรียกร้องประชาธิปไตย และการใช้มาตรการปกป้องทาง การค้า (Trade Protectionism) ทำให้ระเบียบโลกเสรีนิยม เผชิญกับภาวะไร้ระเบียบ และกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งสร้างความไม่แน่นอน ส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพ ความมั่นคง และ การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจการค้าโลก และก่อให้เกิดคำถาม ถึงการเปลี่ยนผ่านสู่ระเบียบโลกใหม่ ผลกระทบต่อทิศทางการ การลงทุนโลก และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในอนาคต การศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของระเบียบโลกใหม่ ในมิติต่าง ๆ อาทิ ด้านการค้า การลงทุน ความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ และเทคโนโลยี จึงจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดจุดยืน และแนวทางการรับมือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าโลก ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

แนวทาง/กระบวนการ/กิจกรรมดำเนินงาน

1 | ทบทวนวรรณกรรม ศึกษา และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงระเบียบโลกในมิติต่าง ๆ อาทิ ด้านการค้า การลงทุน การเมืองความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และ เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจการค้าโลก โดยครอบคลุม ภูมิภาคสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน สหภาพยุโรปและรัสเซีย เอเชียตะวันออก (ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้) ตะวันออกกลาง โลกมุสลิมและโลกมลายู เอเชียใต้ (อินเดีย) และอาเซียน

2 | การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) นักวิชาการ

ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอาชีพต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และ สัมภาษณ์ และจัดการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อหารือแนวโน้มระเบียบโลกในอนาคต ผลกระทบ และยกเว้น ข้อเสนอแนะการแสดงจุดยืนของไทย

3 | จัดทำผลการศึกษาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการกำหนด จุดยืนของประเทศไทย วิสัยทัศน์/เป้าหมาย แนวทางการ ดำเนินการรับมือและใช้ประโยชน์จากระบบการค้าโลกในอนาคต

4 | ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ตลอดจนจัดสัมมนาเสนอ ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และประชาชนผู้สนใจ

ผลสำเร็จ/ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ

ได้แก่ (1) รายงานผลการศึกษาประเด็นแนวโน้มการ เปลี่ยนแปลงของระเบียบโลกใหม่ การดำเนินนโยบายของ ประเทศที่มีบทบาทสำคัญ และผลกระทบต่อระบบการค้า โลก และ (2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ซึ่งมีสาระสำคัญ สรุปได้ ดังนี้

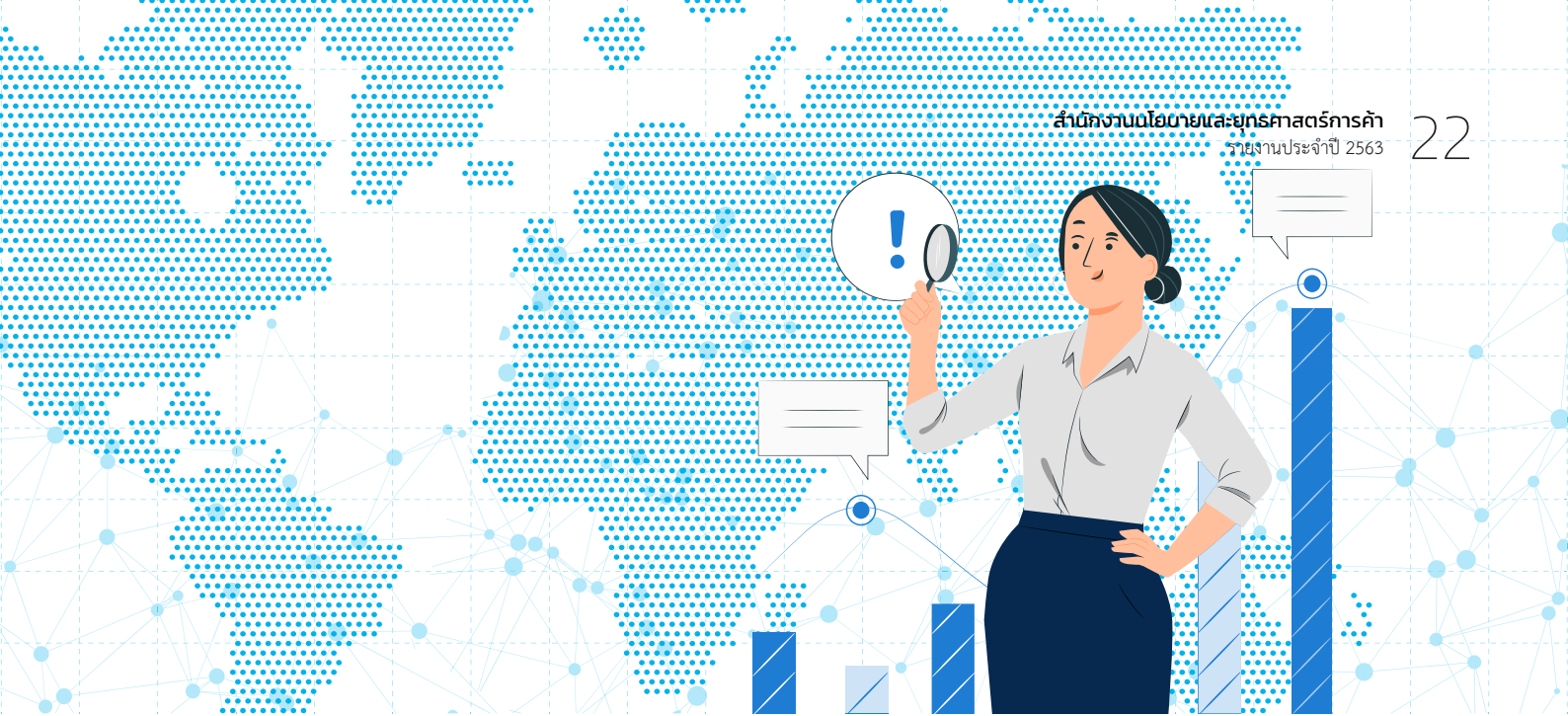
1 | แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในมิติภูมิรัฐศาสตร์

(Area-Based)

บทบาทของประเทศมหาอำนาจและความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศจะกลายเป็นโลกที่มีมหาอำนาจหลายขั้ว (Multi-Polarity) บทบาทของประเทศต่าง ๆ จะเปลี่ยนแปลงไป อาทิ



สหรัฐฯ บทบาทมหาอำนาจขั้วเดียว (Uni-polarity) จะลดลง มุ่งเน้นการปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง โดยพรรคเดโมแครตจะมุ่งเจรจาการค้าเสรีในกรอบใหม่ เพื่อโดดเดี่ยวจีนจึงต้องสร้างดุลอำนาจกับชาติ พันธมิตรอื่น ๆ ในมิติที่หลากหลายขึ้น



จีน จะมีบทบาทในเวทีโลกมากขึ้น จากพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่ก้าวกระโดด และบทบาทการจัดการการระบาดของโควิด-19 ทั้งภายในและระหว่างประเทศ แต่อาจยังไม่สามารถขึ้นแทนที่สหรัฐฯ ในระยะสั้น อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของจีน และโครงการความริเริ่มแถบและเส้นทางสายไหมแห่งศตวรรษที่ 21 (Belt and Road Initiative: BRI) จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้จีนมีศักยภาพสูงขึ้นในการขึ้นเป็นมหาอำนาจ และนานาประเทศอาจกังวลและระแวงเทคโนโลยีจีนมากขึ้น



อาเซียน กระแสห่วงโซ่มูลค่า (Regionalization) จะเพิ่มบทบาทและอำนาจต่อรองของอาเซียนในเวทีโลก และอาเซียนจะยังสามารถดึงดูดการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ด้วยขนาดเศรษฐกิจอันดับ 5 ของโลก ด้วยตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ในจุดยุทธศาสตร์ BRI ของจีน และยุทธศาสตร์อินโด-แปซิฟิกของสหรัฐฯ ร่วมกับความสามารถจัดการกับไวรัสโควิด-19 และการดำเนินนโยบายเพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานภูมิภาค (Regional Value Chains)

2 | แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกในประเด็นสำคัญ (Issue-Based) อาทิ

ห่วงโซ่อุปทานการผลิตและการบริการที่เปลี่ยนแปลง เป็นผลจากกระแสปกป้องทางการค้า และการพัฒนาเทคโนโลยีที่ก้าวกระโดด ทำให้เกิดการกระจายตัวของภาคการผลิตเข้าสู่ยุคที่ 3 ที่ไม่จำเป็นต้องผลิตในแหล่งต้นทุนต่ำเสมอไป และทำให้ห่วงโซ่การผลิตสั้นลง และแบ่งตัวเป็นห่วงโซ่มูลค่าในระดับภูมิภาคมากขึ้น

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบทางลบต่อ

ทั่วโลกในหลายมิติ และเป็นปัจจัยเร่งการจัดระเบียบห่วงโซ่การผลิต และการใช้เทคโนโลยีในการผลิตอย่างเข้มข้น สู่ระเบียบโลกใหม่ในอัตราเร่งเกิดการกระจายตัวของภาคการผลิตเข้าสู่ยุคที่ 3 ที่ไม่จำเป็นต้องผลิตในแหล่งต้นทุนต่ำเสมอไป และทำให้ห่วงโซ่การผลิตสั้นลง และแบ่งตัวเป็นห่วงโซ่มูลค่าในระดับภูมิภาคมากขึ้น

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอื่น ๆ อาทิ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัย คำนึงกลุ่มมิลเลนเนียลการพัฒนาอย่างยั่งยืน สิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศ และเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองมนุษย์

3 | ความท้าทายและประเด็นที่ไทยต้องแก้ไข อาทิ

การบริโภครวม และการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ โดยไทยต้องเผชิญความท้าทายจากปัญหาเชิงโครงสร้างที่ส่งผลให้ความสามารถทางการแข่งขันลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อบรรยากาศทางการค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ อีกทั้งเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและผลกระทบจากโควิด-19 ทำให้รายได้ลดลงและลดการใช้จ่ายเนื่องจากขาดความเชื่อมั่น

การปรับตัวเพื่อรองรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ

ครอบคลุมทั้งการปรับตัวเพื่อเข้าสู่บรรทัดฐานใหม่ การปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล และการปรับตัวของผู้ผลิตและโครงสร้างการผลิตให้เท่าทันบริบททางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง

ความท้าทายด้านอื่น ๆ ได้แก่ การจ้างงาน ข้อจำกัดในการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจมหภาคเนื่องจากพาดานหนี้สาธารณะ และสถานะของไทยในมิติความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

4 | ความท้าทายและประเด็นที่ไทยต้องแก้ไข เพื่อเดินหน้าสู่เป้าหมายในการวางจุดยืนของไทยให้ “อยู่รอด” จากความผันผวนและหลีกเลี่ยงผลกระทบทางลบจากปัจจัยระยะสั้น และขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยอย่าง “ยั่งยืน” ในระยะกลาง ประกอบด้วย

มิติภูมิรัฐศาสตร์ ไทยควรวางท่าทีเป็นมิตรกับทุกประเทศ และรักษาดุลอำนาจเพื่อตัดทานการแข่งขันระหว่างมหาอำนาจที่รุนแรงขึ้น โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับประชาคมอาเซียน ในการขับเคลื่อนภูมิภาคนิยมผ่านอำนาจละมุน (Soft Power) และนอกเหนือจากการเป็นทางเลือกสำคัญด้านการค้า การลงทุนท่ามกลางความขัดแย้งของมหาอำนาจแล้ว ไทยยังต้องแสวงหาโอกาสใหม่ในภูมิภาคอื่น อาทิ เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง โลกมุสลิม โลกมลายู อีกด้วย

มิติเศรษฐกิจ ในภาพรวมไทยต้องเดินหน้าวางนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ (เศรษฐกิจ การเมือง/ความมั่นคง และสังคม/วัฒนธรรม) และวางตำแหน่งระดับภูมิภาค เพื่อแสวงหาโอกาสทางการค้าการลงทุน ด้วยการยกระดับมาตรฐานทางการค้าเพื่อเตรียมความพร้อมการเจรจาและเข้าร่วมข้อตกลงการค้าเสรี นอกจากนี้ ไทยยังต้องมุ่งพัฒนาสินค้า/ผลผลิตให้มีคุณภาพสูง แสวงหาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ทั้งในเชิงพื้นที่ ประชากรกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการจัดจำหน่าย ควบคู่กับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าของภาครัฐ อาทิ การเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐาน และโครงสร้างเชิงสถาบัน อาทิ กฎระเบียบ ระเบียบ กติกา และการปฏิรูปกฎหมาย

การสร้างการมีส่วนร่วมและ เผยแพร่ผลการศึกษาและข้อเสนอ ให้ภาคส่วนต่าง ๆ นำไปใช้ประโยชน์ อาทิ

- 1 | จัดประชุมระดมสมองกลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการกำหนดจุดยืนทางการค้าและขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศภายใต้พลวัตระเบียบโลกใหม่ จำนวน 3 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม รวม 287 คน
- 2 | จัดสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาเพื่อสร้างการรับรู้แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของระเบียบโลกใหม่และให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมและให้ความเห็นต่อแนวทางการรับมือ การปรับตัวและวางกลยุทธ์จากโอกาสทางการค้าของไทยในอนาคต จำนวน 1 ครั้ง ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) มีผู้เข้าร่วมจาก 90 หน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ตลอดจนภาคประชาสังคม และประชาชนผู้สนใจ รวม 220 คน
- 3 | เผยแพร่ผลการศึกษาผ่านทางวิทยุ โทรทัศน์ และช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook เว็บไซต์ของสำนักข่าวออนไลน์
- 4 | เผยแพร่รายงานการศึกษาระดับสมบูรณ Infographic ผลการศึกษา ตลอดจนวีดิทัศน์สรุปให้หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และผู้สนใจ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ และ
ศูนย์อาเซียนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมจัด การประชุมเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยโครงการ

ประเทศไทยกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงสู่ ระเบียบโลกใหม่ New World Order

สหรัฐอเมริกา

- สหรัฐอเมริกาทำสงคราม "การค้า" ทางอ้อมในจีน
- สหรัฐอเมริกา ให้ความสำคัญกับนโยบายที่มีผลกระทบต่อจีน

สหภาพยุโรปและรัสเซีย

- สหภาพยุโรปยังคงตั้งกำแพงการค้ากับจีน
- สหภาพยุโรปยังคงตั้งกำแพงการค้ากับจีน

สาธารณรัฐประชาชนจีน

- จีนยังคงให้ความสำคัญกับจีน
- จีนยังคงให้ความสำคัญกับจีน

ญี่ปุ่น & เกาหลีใต้

- ญี่ปุ่นยังคงให้ความสำคัญกับจีน
- เกาหลีใต้ยังคงให้ความสำคัญกับจีน

อาเซียน

- อาเซียนยังคงให้ความสำคัญกับจีน
- อาเซียนยังคงให้ความสำคัญกับจีน

เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง

โควิด-19

พลวัตการค้าระหว่างประเทศ

ตะวันออกกลาง & โลกมุสลิม

จุดอ่อนเดิม (Original Sins)

ตัวอย่างให้ไทย "อยู่รอด" อย่าง "ยั่งยืน"

การพัฒนาอย่างยั่งยืน

สิ่งแวดล้อมภาคธุรกิจ

ประชาคมอาเซียน

โลกมลายู

คณะผู้วิจัย

เปิดทำเนียบผลงานวิจัยโดย

คุณพิมพ์ชนก ขอบชอบ
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

ลงทะเบียนและเข้าร่วมการนำเสนอผลงานทาง QR-code

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ และ
ศูนย์อาเซียนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมจัด การนำเสนอผลการดำเนินงานและ
ประเทศไทยกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงสู่

ระเบียบโลกใหม่ New World Order

อังคารที่ 25 สิงหาคม 2563 เวลา 14.00 - 16.00 น.
ณ ห้องวิทยากรสภากันยัม ชั้น 4 สำนักงานปลัด
กระทรวงพาณิชย์ และ บน Application ZOOM

ลงทะเบียนและเข้าร่วมการนำเสนอผลงานทาง QR-code
ณ 25 ส.ค. 63 14.00-16.00 น.

9 ด้าน ความท้าทาย



- ความสามารถในการส่งออก
- การบริโภคของภาคเอกชนภายในประเทศ
- ภาวะการลงทุนในประเทศ
- ผลกระทบต่อจ้างแรงงาน
- ข้อจำกัดของนโยบายการค้าคลัง
- ต้นทุนในการปรับตัวเข้าสู่ปกติสถานใหม่
- การใช้ประโยชน์จากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- การปรับตัวของภาคการผลิต
- บทบาทของไทยในเวทีนานาชาติผ่านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

การดำเนินงานด้าน Blockchain

โครงการประยุกต์ใช้ Blockchain ยกระดับเศรษฐกิจการค้า พ.ศ. 2563

แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

โครงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Blockchain ยกระดับเศรษฐกิจการค้า เป็นการศึกษากระบวนการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และพัฒนาระบบต้นแบบการตรวจสอบย้อนกลับมาตรฐานสินค้าด้วยเทคโนโลยี Blockchain (ระบบ TraceThai.com) เพื่อเพิ่มความโปร่งใส ยกระดับความน่าเชื่อถือลดระยะเวลาตรวจสอบเอกสาร และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทย โดยใช้ชาวอินทรีย์เป็นสินค้านำร่อง เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง มีศักยภาพด้านการส่งออก และมีขั้นตอนการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานที่ชัดเจน

แนวทาง/กระบวนการ/กิจกรรมดำเนินงาน

1 | การศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

การสัมภาษณ์เชิงลึก ครอบคลุมกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มรับรองมาตรฐาน และหน่วยงานส่งเสริมเกษตรอินทรีย์

การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มรับรองมาตรฐาน และหน่วยงานส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ โดยมีผู้เข้าร่วมครอบคลุมกลุ่มสัมภาษณ์เชิงลึก และหน่วยงานเพิ่มเติม อาทิ สมาคมทางการค้าต่าง ๆ บริษัทผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี Blockchain และสถาบันการศึกษา

การลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครปฐม และสุพรรณบุรี

การลงพื้นที่ทดสอบระบบ โดยคัดเลือกกลุ่มนำร่องที่อยู่ในพื้นที่ภาคอีสานใต้ที่มีศักยภาพ ทั้งหมด 6 กลุ่ม ในจังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ ยโสธร และบุรีรัมย์

2 | การออกแบบระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตรอินทรีย์บน Blockchain (TraceThai.com) ใช้ระบบ Public Blockchain บนแพลตฟอร์ม Ethereum1 ที่ยึดหลักความถูกต้องของข้อมูล

(Integrity) และประสิทธิภาพ (Efficiency) โดยมีหลักการทำงานที่สำคัญคือ การบันทึกข้อมูลกิจกรรม Input-Output ที่เกิดขึ้นตามห่วงโซ่อุปทานของสินค้า เพื่อให้มีความยืดหยุ่นและประยุกต์ใช้กับการบันทึกข้อมูลวัตถุดิบหรือผลผลิตได้ทุกประเภท มีการควบคุมปริมาณผลผลิตรวมไม่ให้มากกว่าปัจจัยนำเข้า (Input) ของแต่ละกระบวนการ การจัดเก็บและอ่านข้อมูลใบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Certificate) ด้วยวิธีการเข้ารหัสและถอดรหัสโดยมีผู้รับรองมาตรฐาน (Certification Body : CB) เป็นผู้รับรอง รวมทั้งรักษาความลับทางการค้า กำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลประเภทผู้ใช้งานตามลำดับความเหมาะสม (เช่น ข้อมูลสำหรับผู้บริโภค หน่วยตรวจสอบ หรือบริษัทคู่ค้า) และไม่เก็บข้อมูลราคาสินค้า ซึ่งเป็นความลับทางการค้าที่มีความอ่อนไหวเป็นพิเศษ

3 | การบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โครงการฯ มีหน่วยงานพันธมิตรสำคัญคือธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ซึ่งได้ลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือในการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้งานระบบ TraceThai.com (MOU) ร่วมกับ สนค. เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2563 โดย ธ.ก.ส. จะช่วยขยายฐานผู้ใช้งานระบบ TraceThai.com โดยเฉพาะเกษตรกรที่มีศักยภาพซึ่งเป็นเครือข่ายของ ธ.ก.ส. โดยเริ่มต้นจากชาวอินทรีย์และขยายไปสินค้าอื่นที่มีศักยภาพและเหมาะสมต่อไป

นอกจาก ธ.ก.ส. แล้ว โครงการฯ มีการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์และออกแบบระบบ TraceThai.com การประสานความร่วมมือกับ CB การลงพื้นที่และถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับระบบให้กับกลุ่มเป้าหมาย และการระดมความเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าที่เหมาะสม

ที่จะนำเข้าสู่ระบบในระยะต่อไป เช่น กรมการค้า กรมวิชาการเกษตร กรมการค้าภายใน กรมการค้าต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย มูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย สมาคมการค้าเกษตรกรรมยั่งยืนไทย สมาคมโรงสีข้าว สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ GISTDA (โครงการพัฒนาข้าวหอมมะลิทุ่งกุลารั้วด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม) สวอช. NIA กรมการแพทย์แผนไทยฯ และสำนักงาน อ.ย. เป็นต้น

ผลสำเร็จ/ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ

1 | ระบบ TraceThai.com สามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทย ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการตรวจสอบยืนยันเอกสารรับรองมาตรฐาน ผู้เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นตลอดห่วงโซ่อุปทานสินค้าได้ ทำให้มีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประกอบการบริหารสต็อกสินค้าและวางแผนการขาย ลดปัญหาทุจริตหรือปัจจัยการผลิตไม่ได้คุณภาพ ช่วยลดความสูญเสียในการผลิต และช่วยลดขั้นตอนการดำเนินงานในการตรวจสอบเอกสาร

2 | การเพิ่มผลผลิตภาพ กระบวนการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐานอินทรีย์และกระบวนการติดต่อซื้อขายสินค้าอินทรีย์แบบเดิม หากผู้ซื้อสินค้าต้องการเอกสารรับรองการได้รับมาตรฐานอินทรีย์ หรือกรณีส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ จะต้องมีการใช้เอกสาร Transaction Certificate (TC) เพื่อยืนยันว่าวัตถุดิบหรือสินค้านั้นเป็นผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอินทรีย์จริง ผู้ขายวัตถุดิบหรือสินค้านั้นต้องขอเอกสาร TC จาก CB ของตนส่งให้กับผู้ซื้อสินค้า หากผู้ขายและผู้ซื้อใช้บริการ CB คนละรายกัน อาจต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร TC นั้นด้วย

การใช้งานระบบต้นแบบ TraceThai.com จะช่วยลดขั้นตอนการดำเนินงานในการตรวจสอบเอกสารข้างต้น โดยให้ CB ที่ออกเอกสาร TC นั้น ทำการยืนยันความถูกต้องของเอกสารที่ผู้ขายบันทึกในระบบ ทำให้ลดเวลาการทำงานจากเดิม 4 ขั้นตอนเหลือ 1 ขั้นตอน หรือมีขั้นตอนการทำงานและใช้เวลาลดลงจากเดิมร้อยละ 75 เมื่อคำนวณผลผลิตภาพเพิ่มจากการใช้งาน

ระบบ TraceThai.com โดยวัดผลผลิตภาพจากผลผลิตคือมูลค่าสัญญาซื้อขายหนึ่งสัญญากับปัจจัยนำเข้าคือระยะเวลาการทำงานในการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร TC โดยสมมติให้สัญญาซื้อขายมีมูลค่า 50,000 บาท และใช้เวลาในแต่ละขั้นตอนการทำงานเฉลี่ย 2 ชั่วโมง เมื่อเปรียบเทียบผลผลิตภาพก่อนและหลังการใช้ระบบต้นแบบฯ จะพบว่า การใช้งานระบบต้นแบบฯ ทำให้ผลผลิตภาพเพิ่มขึ้น ร้อยละ 300

3 | กลุ่มนาร่องระบบ TraceThai.com ประกอบด้วยกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมายได้แก่ เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน โรงสีและผู้ประกอบการที่มีข้าวอินทรีย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ระดับสากล อาทิ EU Organic, USDA และ IFOAM หรือมาตรฐานอินทรีย์ของประเทศไทย (Organic Thailand) ซึ่งได้รับการรับรองจาก CB แล้ว โดยมีกลุ่มผู้ใช้งานระยะที่ 1 เป็นเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร/ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมเป็นกลุ่มนาร่องจำนวน 17 ราย/กลุ่ม ภายในพื้นที่ 8 จังหวัด ได้แก่ กรีนลิฟวิ้งแคมป์ (จ.นครปฐม) บ้านสวนข้าวขวัญ บจก. ซองเตอร์ไทยออร์แกนิกฟู้ด (จ. สุพรรณบุรี) ห้างหุ้นส่วนจำกัด เนเจอร์ฟู้ด โปรดัคส์ แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ขวัญทุ่งกุลา วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ข้าวคิดคิดทุ่งกุลา (จ.สุรินทร์) ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านมะยาง วิสาหกิจชุมชนเครือข่ายศรีสะเกษสร้างสรรค์ บจก. ไร่ทอง ออร์แกนิกส์ฟาร์ม (จ.ศรีสะเกษ) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรยั่งยืนน้ำอ้อม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรธรรมชาติหนองยอ บจก.ปลูกฮัก บจก.ยโสธร ออร์แกนิก (จ.ยโสธร) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวอินทรีย์บ้านหนองไผ่ กลุ่มผลิตข้าวหอมอินทรีย์ลาวาเซราะตลุง (จ.บุรีรัมย์) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์สามสวน (จ.ชัยภูมิ) และ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์อำนาจเจริญ (จ.อำนาจเจริญ)



TPSO Trade Policy and Strategy Office

กำหนดการสัมมนาเผยแพร่ความรู้

การประยุกต์ใช้บล็อกเชนในการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตรอินทรีย์

วันที่ 8-9 ตุลาคม 2563 ณ ห้องราชพฤกษ์ 3 ชั้นพฤกษ์สิริอร่า จังหวัดนครนายก

นางสาวพิมพ์กาน วอนซอพร
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

นายเกียรติ งามวชิษฐ์รัตน์
รองผู้จัดฯ สภากรเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสหกรณ์การเกษตร

วันพฤหัสบดีที่ 8 ตุลาคม 2563 (10.00 - 16.00 น.)

- 09.30 - 10.00 น. ลงทะเบียน
- 10.00 - 10.05 น. ต้อนรับผู้เข้าร่วมสัมมนาที่โครงการประยุกต์ใช้บล็อกเชนเพื่อตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตรอินทรีย์
- 10.05 - 10.20 น. กล่าวเปิดการสัมมนา โดย นางสาวพิมพ์กาน วอนซอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
- 10.20 - 10.35 น. กล่าวถึงแนวทางการร่วมพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสภากรเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสหกรณ์การเกษตร (ส.ก.ส.) โดย นายเกียรติ งามวชิษฐ์รัตน์ รองผู้จัดฯ ส.ก.ส.
- 10.35 - 10.40 น. ผู้เข้าร่วมประชุมถ่ายภาพร่วมกัน
- 10.40 - 11.40 น. ป้ายเสนอการพัฒนาแบบระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตรอินทรีย์บนบล็อกเชน (TraceThai.com) และแผน Road Map โครงการ โดย ศ.ดร.อาทิตย์ ลิ้มเด็ง ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนางานระบบเพื่อวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และหัวหน้าโครงการฯ
- 11.40 - 12.30 น. ป้ายเสนอต้นแบบระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตรอินทรีย์บนบล็อกเชน (TraceThai.com) โดย นายเกียรติ วัฒนฉวี Senior Software Developer & Blockchain Specialist ม.ธรรมศาสตร์
- 12.30 - 13.30 น. สัมมนาอาหารกลางวัน
- 13.30 - 16.00 น. ชมเชิงปฏิบัติที่ฐาน TraceThai.com โครงการนำร่องตรวจสอบ

วันศุกร์ที่ 9 ตุลาคม 2563 (09.30 - 13.00 น.)

- 09.00 - 09.30 น. ลงทะเบียน
- 09.30 - 09.45 น. กล่าวสรุปกิจกรรมสัมมนาโครงการระดับต้น โดย นางสาวพิมพ์กาน วอนซอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
- 09.45 - 12.00 น. แเสวง "การส่งเสริมการตลาดเกษตรอินทรีย์" โดย
 - นายอนุช ทรายเพชร กรมการผู้จัดฯ มท. โฟลทีล
 - นายไพฑูริ ธีระสิทธิ์ชัย กับบริหารการตลาด มท. พาณิชย์ (ไทยแลนด์)
 - นายณพ ทั่วไวย พูนสิริพร ทศ. แอนดรูว์ โนรดิช แอนด มาร์เก็ตติ้ง
 - ดร.ดร.สุจิต ธิษะวัฒน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรอินทรีย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - ศ.ดร.อาทิตย์ ลิ้มเด็ง หัวหน้าโครงการฯ และนางสาวฉวีฉวี นิงกริพย์ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ผู้จัดฯบริหารการ

รับชมถ่ายทอดสดทาง Facebook Live

วันที่ 8 ตุลาคม 2563 เวลา 10.00-12.30 น. ทาง Facebook.com/tracethai



โครงการพัฒนา ระบบสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า Trade Intelligence System: TIS

แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

ด้วยสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันทางธุรกิจสูง ประกอบกับนวัตกรรมเทคโนโลยีและข้อมูลสารสนเทศที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ รวมถึงประยุกต์ใช้ในการยกระดับผู้ประกอบการและการให้บริการภาครัฐ เพราะการเข้าถึงข้อมูล โดยเฉพาะ ข้อมูลการวิเคราะห์เชิงลึกอย่างรวดเร็วย่อมทำให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) จึงได้พัฒนาระบบสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า (TIS : Trade Intelligence System) โดยริเริ่มโครงการพัฒนา TIS ตั้งแต่ปี 2561 โดยดำเนินการออกแบบระบบโครงสร้างพื้นฐานและฐานข้อมูลเพื่อเตรียมการนำเข้าข้อมูลและพัฒนาฐานข้อมูลบางส่วน ต่อมาในปี 2562 ได้ริเริ่มนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ โดยนำร่องพัฒนาระบบกำกับและติดตามนโยบายด้านการบริหารจัดการสินค้าเกษตร (Agriculture Policy Dashboard) 3 สินค้าเกษตรสำคัญ ได้แก่ ข้าว ปาล์มน้ำมัน และยางพารา

ในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา สนค. มุ่งพัฒนาระบบฯ อย่างต่อเนื่อง โดยได้ดำเนินการพัฒนา 3 ระบบสำคัญ ได้แก่

1 | ระบบบริการข้อมูลการค้าเชิงลึก (www.คิดค้า.com)

ซึ่งเป็นช่องทางให้บริการข้อมูลการค้าเชิงลึกเพื่อวางแผนธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าใจความเสี่ยง สามารถแสวงหาโอกาสทางการค้า การพัฒนาธุรกิจ สินค้าหรือบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และช่วยให้การค้าเป็นเรื่องเข้าใจง่ายขึ้น โดยต้องการให้ระบบเปรียบเสมือนคู่มือคิดค้าทางการค้า ผู้ประกอบและประชาชน ด้วยการให้ข้อมูลผ่านการวิเคราะห์

และรับรองความถูกต้องโดยผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนออย่างน่าสนใจทั้งในรูปแบบ Interactive Dashboard หรือ Infographic ที่เข้าใจง่าย รวมไปถึงบทวิเคราะห์ บทความ เอกสารการศึกษา และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการค้า ทั้งรายประเทศ รายสินค้า และแนวโน้มที่น่าสนใจอีกด้วย ซึ่ง สนค. ได้ทดลองเปิดให้ประชาชนเข้าใช้ระบบแล้วผ่านเว็บไซต์ www.คิดค้า.com ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 ที่ผ่านมา TraceThai.com โดยเฉพาะเกษตรกรที่มีศักยภาพซึ่งเป็นเครือข่ายของ ธ.ก.ส. โดยเริ่มต้นจากข้าวอินทรีย์และขยายไปสินค้าอื่นที่มีศักยภาพและเหมาะสมต่อไป

2 | ต่อขยายระบบกำกับและติดตามนโยบายด้านการบริหารจัดการสินค้าเกษตร (Agriculture Policy Dashboard)

โดยเพิ่มเติมอีก 3 สินค้าเกษตรสำคัญ ได้แก่ มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และทุเรียน โดยประกอบด้วยข้อมูลการวิเคราะห์ 6 ประเด็น คือ 1) ภาพรวมสถานการณ์ด้านราคา การค้า และการผลิต 2) โอกาสและความเสี่ยง 3) ราคาตลาดห่วงโซ่อุปทานของแต่ละพืช 4) ข้อมูลผู้ประกอบการสินค้าเกษตร 5) ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนจากสื่อสังคมออนไลน์ และ 6) การคาดการณ์ราคาและเตือนภัยเมื่อสินค้าเกษตรขาดตลาดหรือล้นตลาด และยังมีปรับปรุงข้อมูลในมิติต่างๆ ให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

3 | ระบบกำกับและติดตามนโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า

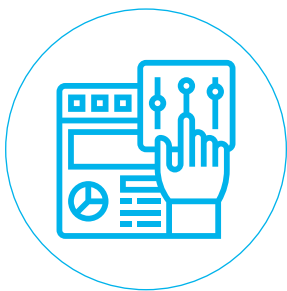
ระดับจังหวัด (Province Policy Dashboard) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของไทย ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าจังหวัด ใน 2 มิติ ได้แก่ 1) เศรษฐกิจการค้าภาพรวม ด้วยการติดตามชี้แจงการค้าของแต่ละจังหวัดด้านต่างๆ ได้แก่ ภาพรวมเศรษฐกิจจังหวัด การดูแลระดับราคา



การยกระดับผู้ประกอบการ การให้บริการ และการดำเนินการของพาณิชย์ และ 2) เศรษฐกิจการค้ารายประเด็น ด้วยการวิเคราะห์สถานการณ์ ศักยภาพ โอกาส และความเสี่ยงของแต่ละจังหวัดในมิติต่างๆ ได้แก่ ด้านเกษตรกรรม สินค้าโอท็อป การค้าชายแดน และธุรกิจบริการ โดย สนค. ได้เชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นเอกภาพและเป็นระบบมากขึ้น ซึ่งเป้าหมายคือ สามารถวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจ

และการค้าในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค วิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจรายจังหวัด สินค้าเกษตรที่มีศักยภาพเพาะปลูกในเขตนั้น พร้อมทั้งการขยายโอกาสการส่งออกของท้องถิ่น ที่จะช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากได้

นอกจากนี้ ในปี 2564 สนค. มีแผนในการต่อยอดระบบฯ เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง อีก 3 ระบบสำคัญ ได้แก่



การพัฒนาระบบติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจรายประเทศส่งออกสำคัญ (Global Demand Dashboard)

สำหรับสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ เพื่อหาโอกาสขยายการส่งออกสินค้าสำคัญของไทย



ต่อยอดระบบกำกับและติดตามนโยบายด้านเศรษฐกิจการค้าระดับจังหวัด (Province Policy Dashboard)

โดยพัฒนาระบบวิเคราะห์ความต้องการในสินค้าสำคัญ และการเพิ่มโอกาสการค้าในประเทศ ด้วยการให้ข้อมูลการวิเคราะห์ความต้องการเชิงพื้นที่ในเชิงลึก



การบริการข้อมูลการวิเคราะห์ธุรกิจบริการสุขภาพ (ธุรกิจ Wellness)

ในลักษณะ Interactive Dashboard หรือ Infographic ที่เข้าใจง่าย เพิ่มเติมในเว็บไซต์ www.คิดค่า.com

การพัฒนาธุรกิจบริการ



แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ถือเป็นภาคส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของการค้าในภาคส่วนต่าง ๆ ทำให้เกิดการขับเคลื่อนการค้า และสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ในยุคปัจจุบัน การแข่งขันด้านการค้าได้ปรับเปลี่ยนเข้าสู่สังคมเศรษฐกิจดิจิทัล สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ คือ ข้อมูลการค้าเชิงลึก ดังนั้น การขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลการค้าจึงเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถทางการค้าให้ธุรกิจสามารถวิเคราะห์ตลาด เห็นโอกาสและรุกสู่เป้าหมายได้อย่างตรงจุด

การพัฒนาและยกระดับภาคบริการโลจิสติกส์ของไทยในปัจจุบัน ต้องเผชิญกับข้อจำกัดและความท้าทายหลายประการ หนึ่งในปัจจัยสำคัญ คือ **ข้อจำกัดด้านข้อมูลของภาคบริการโลจิสติกส์** ซึ่งมีอยู่กระจัดกระจายหลายหน่วยงาน ซึ่งยังขาดการจัดเก็บ รวบรวม และนำมาสังเคราะห์อย่างครบถ้วนเป็นระบบ ก่อให้เกิดความไม่คล่องตัวในการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพ และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย รวมทั้งส่งผลต่อภาคธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต้องสูญเสียโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญ และกระทบต่อความสามารถในการตัดสินใจจากการขาดข้อมูลภาคธุรกิจ

เชิงลึก สนค. ได้มองเห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้จัดทำ**ฐานข้อมูลการค้าธุรกิจบริการโลจิสติกส์** แสดงผลในรูปแบบ Dashboard รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าและสถิติการค้าธุรกิจบริการโลจิสติกส์ขึ้น

แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรมการดำเนินงาน

1 | การออกแบบระบบ (Dashboard Design) คำนึงถึง 4 เสาหลัก คือ (1) ท่วงท่าและทิศทางของอุตสาหกรรม (Industry Analysis) จากบทวิเคราะห์ต่างๆที่มีในปัจจุบัน (2) แบบอย่างที่เป็นเลิศ (Leading Practices) ของประเทศต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ เช่น สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ อินเดีย และปานามา เป็นต้น (3) ความต้องการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Needs) จากการสัมภาษณ์ Focus group กับผู้ใช้งานเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ และ (4) ศึกษาข้อมูลที่มีอยู่ (Available Data) ที่มีความพร้อมใช้งานในปัจจุบัน และที่ไม่มี ความพร้อมเพื่อวางแผนการพัฒนาในอนาคต

2 | การสัมภาษณ์ความต้องการใช้ข้อมูล การดำเนินการได้รับการสนับสนุนอย่างยิ่ง จากผู้ประกอบการภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ ในการให้โจทย์สำคัญ รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาฐานข้อมูลฯ จาก 9 หน่วยงานสำคัญ ได้แก่ สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้า

ระหว่างประเทศ (TIFFA) สมาคมขนส่งสินค้า และโลจิสติกส์ไทย (TTLA) สมาคมขนส่งสินค้าเร่งด่วนไทย (TEXCA) สหพันธ์การขนส่งทางบกแห่งประเทศไทย ศูนย์ความเป็นเลิศด้านโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ องค์การคลังสินค้า

3 | การเชื่อมโยงฐานข้อมูลและจัดทำ Dashboard คลังข้อมูลที่ถูกพัฒนาขึ้นมาสำหรับโครงการ จะคัดกรองข้อมูลที่มีความสำคัญและความพร้อมสูง (พิจารณาจากวุฒิในการจัดเก็บ รูปแบบการจัดเก็บ และรูปแบบในการเชื่อมโยงข้อมูล) โดยปัจจุบันทำการเชื่อมข้อมูลรวมทั้งสิ้น 72 ตัวชี้วัดจาก 14 หน่วยงานที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน และเสนอให้ทำการเชื่อมต่อผ่านระบบ API ในการจัดทำฐานข้อมูลระยะที่ 1 ได้แก่ World Bank, Trademap, Armstrong & Associates, Inc, ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, กระทรวงแรงงาน, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กองโลจิสติกส์), สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, กรมศุลกากร, การท่าเรือ, สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, กรมการค้า

ต่างประเทศ, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ปัจจุบันข้อมูลมีการเชื่อมต่อจาก API ทั้งหมด 6 แห่ง และเชื่อมต่อจากไฟล์เอกสาร excel จำนวน 14 แห่ง

4 | กิจกรรมฝึกอบรมและเผยแพร่ผลการศึกษา มีการจัดกิจกรรมฝึกอบรมและนำการใช้งานฐานข้อมูลฯ ให้แก่เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ และการจัดงานเผยแพร่ผลการศึกษารายโครงการฯ ซึ่งภายในงานมีการเสวนาเรื่อง Big Data & The New Normal of Logistics Industry เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2563 ณ โรงแรมอีสตินแกรนด์ สาทร โดยมีผู้ร่วมงานทั้งสิ้น 121 คน จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านโลจิสติกส์

ผลสำเร็จ / ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ

จากการทำงานอย่างใกล้ชิดและบูรณาการด้านข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ปัจจุบัน Dashboard ฐานข้อมูลการค้าธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ภายใต้ชื่อ Logistics+ ปัจจุบันได้เปิดให้ประชาชนเข้าถึงได้แล้วผ่านเว็บไซต์ www.คิดค่า.com สามารถบ่งชี้ข้อมูลสำคัญ 6 ประเด็น ได้แก่



ขีดความสามารถของโลจิสติกส์ไทยเมื่อเทียบกับเวทีโลก

(International Benchmarking)
Logistics Performance Index, Trading Across Border, ต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP ระดับโลก



สภาพธุรกิจโลจิสติกส์ในประเทศไทย

(Domestic Environment)
ข้อมูลผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ ข้อมูลนิติบุคคลที่ตั้งใหม่และปิดตัวลง และ ข้อมูลแรงงานด้านโลจิสติกส์



ศักยภาพการเติบโตของธุรกิจในแต่ละพื้นที่เป็นอย่างไร

(Economics Growth Potential)
ข้อมูล GDP, GPP ของประเทศไทย ข้อมูลที่ตั้งของ Facility ด้านโลจิสติกส์ และดัชนีภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม



โอกาสในการขยายธุรกิจของโลจิสติกส์อยู่ที่ไหน

(International Opportunities)
ข้อมูลนำเข้า-ส่งออกสินค้าของไทย ข้อมูลสถิติของใบส่งสินค้า และข้อมูลการใช้สิทธิพิเศษทางการค้า



ปัจจัยในการกำหนดขีดความสามารถของโลจิสติกส์ไทยเป็นอย่างไร

(Competency)
ข้อมูลโครงสร้างต้นทุนด้านโลจิสติกส์ ข้อมูลต้นทุนโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม และข้อมูลดัชนีที่เกี่ยวข้องกับต้นทุน



ความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจเป็นอย่างไร

(Financial Benchmarking)
ข้อมูลงบการเงิน

การจัดทำแนวทาง วัดมูลค่าเศรษฐกิจดิจิทัล

แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

กระแสของเศรษฐกิจดิจิทัลที่ได้นำความก้าวหน้าทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาสู่ระบบการค้า ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คนและรูปแบบในการทำธุรกิจในยุคเศรษฐกิจใหม่ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จึงจำเป็นต้องศึกษาเศรษฐกิจดิจิทัลโดยเฉพาะอย่างยิ่งการวัดมูลค่าเศรษฐกิจการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-Border E-Commerce) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ

- 1 | เพื่อจัดทำแนวทางการวัดมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน เพื่อให้ภาครัฐและเอกชนไทยนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายของภาครัฐและวางแผนธุรกิจของภาคเอกชน
- 2 | เพื่อหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการวัดมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนเชิงนโยบายของภาครัฐและวางแผนตัดสินใจเชิงนโยบายในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนการปรับตัวให้เท่าทันต่อภาวะเศรษฐกิจยุคใหม่ได้อย่างดียิ่งขึ้น
- 3 | เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างเครือข่ายข้อมูลเศรษฐกิจการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อประโยชน์ในการรับส่งข้อมูลที่มีความแม่นยำ สอดคล้องกับสถานการณ์

แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรมการดำเนินงาน

จ้างที่ปรึกษาทำการศึกษาแนวทางเศรษฐกิจการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-Border E-Commerce) ของประเทศไทย โดยศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากต่างประเทศ รวมทั้งการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น (Focus Group) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้ง

ภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานวิชาการ การสำรวจจัดเก็บข้อมูลการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนจากกลุ่มผู้ประกอบการส่งออก - นำเข้าของประเทศไทย การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการส่งออก - นำเข้าของประเทศไทยและสมาคมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปออกแบบระบบประมวลผลและจัดทำข้อมูลการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน และการจัดทำระบบนำเสนอข้อมูลการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน

ผลสำเร็จ / ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ

โครงการศึกษาฯ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสถิติการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนในอนาคต ดังนี้

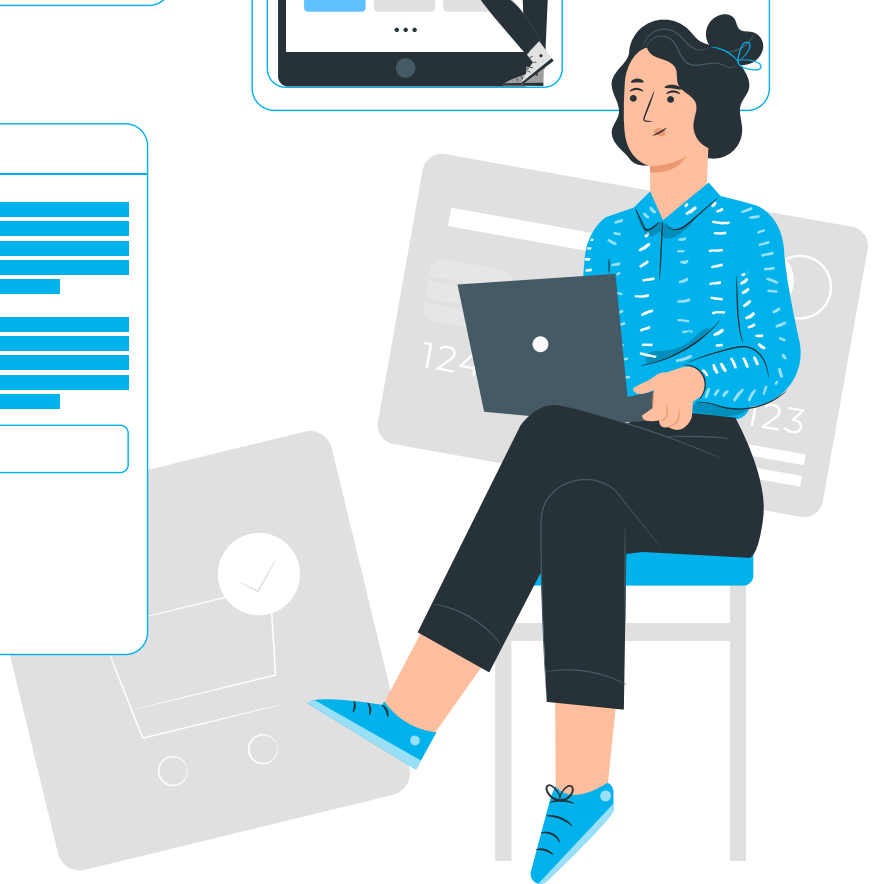
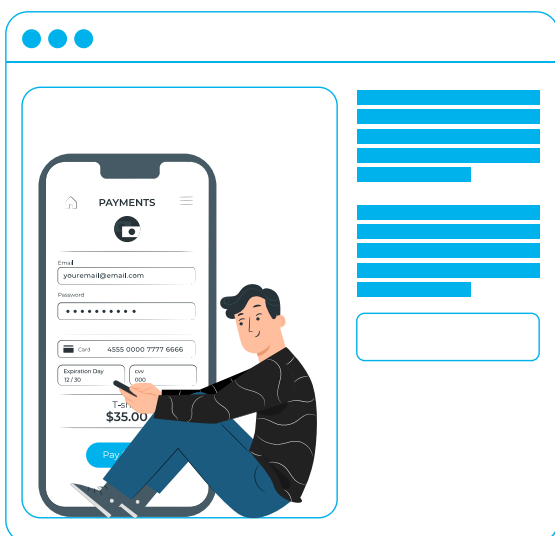
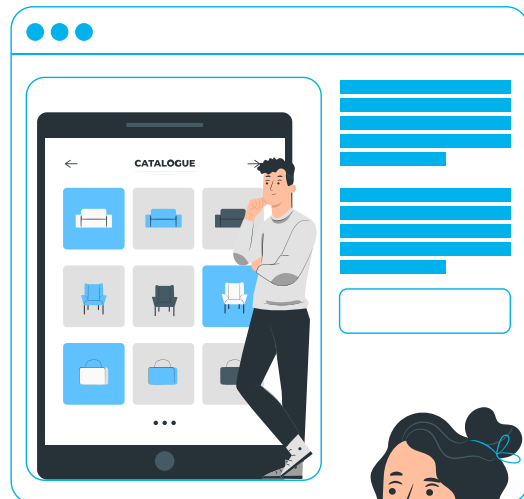
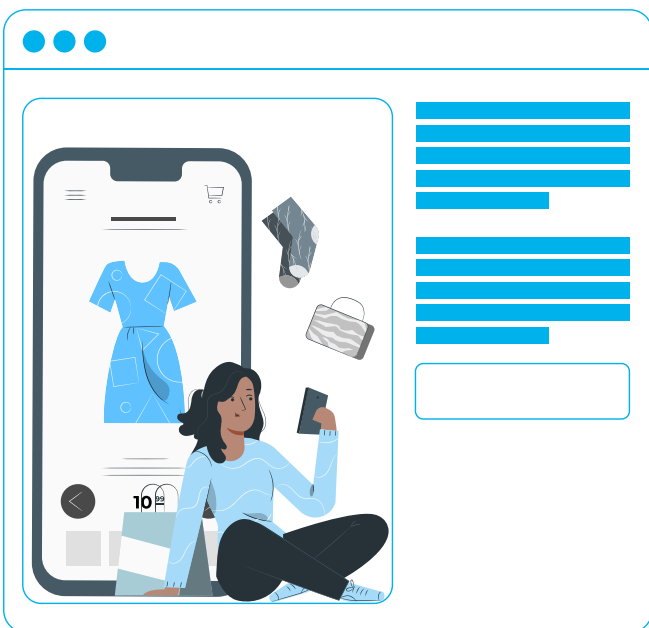
ระยะสั้น ควรดำเนินการ (1) กำหนดหน่วยงานที่ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ทำหน้าที่ประสานงานให้มีระบบการบันทึกข้อมูลของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการค้า ระหว่างประเทศ ให้สามารถระบุมูลค่าการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งด้านการส่งออกและการนำเข้า (2) จัดให้มีการพัฒนาวิธีการสำรวจข้อมูลจากภาคเอกชนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยกำหนดให้มีการลงทะเบียนผู้นำเข้าและส่งออกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน และระบุช่องทางการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน ให้ชัดเจน และให้มีการจัดทำรายงานต่อหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบด้านการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้จะได้ประโยชน์ทั้งในด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและใช้ประโยชน์ทางด้านสถิติ ซึ่งในการสำรวจข้อมูลจากผู้ประกอบการ อาจใช้รูปแบบที่มีแรงจูงใจ เช่น การสนับสนุนจากภาครัฐ และการลดหย่อนภาษี เป็นต้น

ระยะกลาง ควรกำหนดให้เอกชนที่มีการส่งสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นการส่งทางไปรษณีย์ หรือผ่านการขนส่งโดยวิธีอื่น ระบุมูลค่าสินค้าที่

ใบปะหน้าสำหรับการจัดเก็บภาษีของกรมศุลกากรและบันทึกในระบบฐานข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ทั้งให้มีการจัดทำข้อมูลมาอยู่ในระดับตัวชี้วัด เพื่อแสดงแนวโน้มการขยายตัวมากกว่าการมุ่งวัดมูลค่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างสมบูรณ์

ระยะยาว ต้องออกกฎหมายกำหนดให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จัดให้มีระบบรายงานข้อมูลต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบในการรวบรวมข้อมูล เช่น หน่วยงานที่มีการเก็บภาษีจากสินค้า

ที่มีการค้าในระบบออนไลน์ ให้เอกชนที่มีการค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ต้องขึ้นทะเบียนการเป็นผู้ค้าต่อกระทรวงพาณิชย์ และส่งข้อมูลการค้าให้กับหน่วยงานที่กำกับดูแลและส่งเสริมการค้าทาง อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจัดทำรายงานมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ครอบคลุมข้อมูลการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนทั้งด้านการส่งออกและการนำเข้าให้ครบถ้วน และให้ขยายไปถึงข้อมูลด้านการบริการในระยะต่อไปด้วย



การสร้างความเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานราก

แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจไทย โดยเห็นว่าประเทศไทยจำเป็นต้องปรับนโยบายและมุ่งไปสู่การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไทยโดยการปรับขยายฐานเศรษฐกิจในประเทศให้กว้างขึ้น ให้การบริโภคภายในประเทศกลายเป็นกลไกสำคัญของระบบเศรษฐกิจ โดยจำเป็นต้องมีการยกระดับผู้ประกอบการไทยทั้งต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ ให้สามารถพัฒนาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาด เกิดความเกี่ยวเนื่องกันระหว่างผู้ประกอบการภายในคลัสเตอร์ และส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับชุมชน ซึ่งประกอบด้วยวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการรายเล็ก ทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ให้มีรายได้ที่มั่นคง และสามารถปรับตัวได้กับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การกำหนดนโยบาย/ข้อเสนอ/มาตรการต่าง ๆ จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ เพื่อให้สามารถพึ่งพาตัวเองได้ อันจะเป็นรากฐานสำคัญที่จะทำให้เศรษฐกิจระดับฐานรากมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จึงได้กำหนดแผนการดำเนินการตามตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เรื่อง แนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก โดยได้คัดเลือกพื้นที่เป้าหมายเป็นจังหวัดยากจนเรื่อง 6 จังหวัด ตามรายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย ปี 2560 ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้แก่ จังหวัดนราธิวาส ปัตตานี บุรีรัมย์ กาฬสินธุ์ ตาก และแม่ฮ่องสอน เพื่อดำเนินการ และจัดทำข้อเสนอแนะ แนวทาง หรือ

มาตรการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่ภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นำเสนอต่อผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์

แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรมการดำเนินงาน

ภาคใต้ การลงพื้นที่จังหวัดนราธิวาส และจังหวัดปัตตานี ระหว่างวันที่ 11-13 ธันวาคม 2562 เป็นรูปแบบการจัดประชุมหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อแลกเปลี่ยนประเด็นปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่ รวมถึงการพบปะกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ เพื่อรับฟังปัญหา อุปสรรค และประเด็นที่ต้องการได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และกระทรวงพาณิชย์



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ สืบเนื่องจาก มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จึงได้เปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมเป็นการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อสอบถามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ กาฬสินธุ์ ตาก และแม่ฮ่องสอน ได้แก่ สำนักงานจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สภาเกษตรกรจังหวัด สภาหอการค้าจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด สถาบันการศึกษา กลุ่ม Biz Club กลุ่ม YEC กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มสหกรณ์ เป็นต้น ในประเด็นเรื่องแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานในพื้นที่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) และ

สถานการณ์ภัยแล้ง เพื่อเตรียมพร้อมรับมือและปรับตัวต่อปัญหา ด้านการค้าในพื้นที่

การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นต่อการจัดทำ รายงานแนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก วันที่ 21 สิงหาคม 2563 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) รายงานแนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ จังหวัดยากจนร้อยรั้งทั้ง 6 จังหวัด ณ ห้องตรีรัตนพร ชั้น 14 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และผ่านทาง โปรแกรม Zoom มีผู้เข้าร่วมประชุมผ่านทางโปรแกรม Zoom รวม 52 คน โดยที่ประชุมมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อ (ร่าง) รายงานฯ โดยสรุปเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก 7 ประเด็น ได้แก่



การยกระดับ
ภาคเกษตรไทย



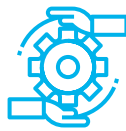
การส่งเสริมพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์
(E-commerce)



การส่งเสริมการค้าชายแดน
และผ่านแดน



การส่งเสริมการท่องเที่ยว
ในประเทศไทย
(Domestic Tourism)



การพัฒนาสินค้าและบริการ
รองรับแนวโน้มต่าง ๆ



การนำนโยบายจาก
ต่างประเทศมาเป็นต้นแบบ
ในการแก้ไขปัญหาความยากจน



การบูรณาการงานร่วมกัน
ของหน่วยงานภาครัฐ

ผลสำเร็จ / ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ

จากผลการดำเนินการที่กล่าวมา สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้เศรษฐกิจฐานรากของไทยมีความเข้มแข็งขึ้นได้ จะต้องมีการยกระดับภาคการผลิตให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น มุ่งส่งเสริมภาคการค้าและบริการอย่างทั่วถึงตามศักยภาพของพื้นที่ และต้องทำให้หน่วยงานในระดับพื้นที่มีการบูรณาการกันอย่างแท้จริง เพื่อให้การพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่เป็นไปอย่างมีเอกภาพ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จึงได้จัดทำข้อเสนอแนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานรากใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการค้าและบริการ และด้านการบูรณาการ พร้อมนำเสนอตัวอย่างโครงการสำคัญ (Flagship Project) ที่หน่วยงานในระดับพื้นที่สามารถนำไปต่อยอดและใช้ประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการเขียนโครงการ/กิจกรรมเสนอขอรับการจัดสรรงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่ได้ต่อไป



การสำรวจข้อมูล เศรษฐกิจฐานราก

แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

นโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลและกระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยตั้งเศรษฐกิจระดับฐานราก สร้างเศรษฐกิจไทยให้เติบโต จึงได้มุ่งเน้นให้ช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายประชากรที่มีความยากจน เพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม ให้มีรายได้จุนเจือครอบครัวโดยพึ่งพาตนเองและชุมชนเป็นหลัก ซึ่งกระทรวงพาณิชย์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เช่น การแก้ไขราคาสินค้าเกษตร การส่งเสริมร้านธงฟ้าประชารัฐ การผลักดันตลาดท้องถิ่นเชื่อมโยงการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายธุรกิจระดับจังหวัดทั่วประเทศ (MOC Biz Club) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าชุมชน/สินค้า GI การพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP เป็นต้น

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เป็นส่วนช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เล็งเห็นว่าการดำเนินงานแบบบูรณาการร่วมกันภายในหน่วยงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์ จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของรัฐบาลให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน สนค. จึงได้จัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นจากหน่วยงานต่าง ๆ ของกระทรวงพาณิชย์จาก ผู้ปฏิบัติงานตั้งแต่ระดับปฏิบัติการจนถึงระดับอำนาจการทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อนำมาวิเคราะห์จัดทำนโยบายผลักดันเศรษฐกิจฐานรากให้กลุ่มเป้าหมายและชุมชนเกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรมการดำเนินงาน

สอบถามผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจฐานราก ตั้งแต่ระดับปฏิบัติการจนถึงระดับอำนาจการทั้งส่วนกลาง

และส่วนภูมิภาคของกระทรวงพาณิชย์ในรูปแบบสอบถาม จำนวน 182 คน และนำมาวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นที่สำคัญ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินภารกิจของหน่วยงานด้านการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก พบว่า

95.05% ของหน่วยงานทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในกระทรวงพาณิชย์ มีการดำเนินโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เช่น โครงการด้านการส่งเสริมและพัฒนาตลาดผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม การอบรมการเพิ่มมูลค่าสินค้าการบริหารจัดการและการตลาด ในปี 2562

93.40% ของหน่วยงานทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในกระทรวงพาณิชย์ มีการดำเนินโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เช่น โครงการด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรประเภทข้าวและสินค้าเกษตรแปรรูปของกลุ่มจังหวัด กิจกรรมฝึกอบรมตลาดออนไลน์ โครงการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ในปี 2563

43.95% เห็นว่าโครงการ/กิจกรรมของหน่วยงานเข้าไปช่วย/สนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากเพียงพอแล้ว

56.05% เห็นว่าโครงการ/กิจกรรมของหน่วยงานเข้าไปช่วย/สนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากไม่เพียงพอ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลักดันเศรษฐกิจฐานรากในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มเติมของกระทรวงพาณิชย์ พบว่า

ด้านนโยบาย เช่น จัดทำยุทธศาสตร์/แผนปฏิบัติการของกระทรวง โดยบูรณาการแผนงานโครงการ/งบประมาณของทุกหน่วยงานกรมของกระทรวง ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคภายใต้ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เป้าหมายเดียวกัน เป็นต้น

ด้านการตลาด เช่น ผลักดันเศรษฐกิจฐานรากในด้านมาตรฐานสินค้า การตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์มากขึ้น เป็นต้น

ด้านการเงิน เช่น สนับสนุนแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการรวมกลุ่มกันนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมเข้ามาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการ เป็นต้น และด้านการสร้างองค์ความรู้ เช่น ปรับระบบความคิดและทัศนคติของผู้ประกอบการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านการตลาดเทคโนโลยี นวัตกรรม และความรู้ด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าและบริการที่จำหน่ายในตลาดและชุมชน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นอื่น ๆ จากผู้ตอบแบบสอบถาม การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้น ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการ บูรณาการการทำงานร่วมกันผลักดันให้ชุมชนเกิดการรวมตัวกัน พัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีความโดดเด่นและเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ทั้งนี้ จะส่งผลให้เศรษฐกิจภายในชุมชนมีความเข้มแข็งด้วยตนเองและมีความ

ยั่งยืนในระยะยาวต่อไป และควรมีการติดตามการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากตามนโยบายที่จัดทำแล้ว เป็นระยะ ๆ พร้อมกับมีแผนการบริหารจัดการนโยบายปิดช่องโหว่ ของปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นระยะ ๆ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาอย่างถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนการมีระบบสารสนเทศฐานข้อมูล สถิติด้านต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการธุรกิจใช้ประโยชน์ในการวางแผนใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจได้

ผลสำเร็จ / ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ

จากการดำเนินกิจกรรมข้างต้น สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เห็นว่า การสำรวจข้อมูลเป็นการรับทราบข้อเท็จจริงจากผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ที่ได้ดำเนินโครงการ/กิจกรรม/งานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างต่อเนื่อง แต่อาจจะยังไม่ครอบคลุมและเพียงพอทั้งประเทศ มีการดำเนินการลงพื้นที่เฉพาะกลุ่มเป้าหมายเดิม ๆ ขาดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจฐานรากที่ชัดเจน สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จึงเห็นว่าการศึกษาจุดแข็งของแต่ละพื้นที่ เพื่อให้สามารถนำมาต่อยอดให้การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน และศึกษาวิธีที่จะช่วยพัฒนาคนจนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ นอกจากนี้ยังต้องทำการวิเคราะห์การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นราย sector ตามกลุ่มเป้าหมายที่แต่ละกรมดูแลในภาพรวมของกระทรวง และเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ผลิตในชุมชน กับ ความต้องการของตลาด และ การดำเนินงาน/กิจกรรม/ ของรัฐบาลโดยหน่วยงานต่าง ๆ ว่ามีความสอดคล้องกันอย่างไร พร้อมทั้งศึกษาเศรษฐกิจใหม่เพื่อตอบสนองกับเศรษฐกิจฐานราก



การดำเนินงาน ด้านความร่วมมือในกรอบ CLMVT

โครงการจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการ CLMVT – the New Normal (Webinar)

แนวคิดที่มา/ความสำคัญของการดำเนินงาน

ในปี พ.ศ.2559 (2016) พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา มีนโยบาย กระชับความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของไทยกับกลุ่มประเทศ CLMVT ให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น และมอง CLMVT เป็นเสมือนหนึ่งตลาดในประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) จึงร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน จัดงาน CLMVT Forum เพื่อเป็นเวทีหารือร่วมกันระหว่างผู้นำระดับสูงของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการของประเทศ ส่งเสริมพัฒนาความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ในการก้าวสู่ตลาดโลกและการเจริญเติบโตไปด้วยกันอย่างทั่วถึงและยั่งยืน รวมทั้งเป็นเวที เสริมสร้างบทบาทของ CLMVT และไทย ในการเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของอาเซียน โดยมีการจัด CLMVT Forum มาแล้วทั้งหมด 3 ครั้ง ในปี 2559 2561 และ 2562

เพื่อเป็นการต่อยอดผลลัพธ์จากการจัดงานดังกล่าว จึงได้จัดทำโครงการหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาตลาดต่างประเทศและเศรษฐกิจภูมิภาคใน CLMVT เพื่อจัดทำข้อเสนอในการผลักดันการค้าระดับภูมิภาคที่สนับสนุนการใช้ประโยชน์จากระบบเศรษฐกิจการค้าใหม่ของโลก ลดช่องว่างทางเศรษฐกิจ เชื่อมโยงไปสู่ตลาดที่มีศักยภาพ ช่วยให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจตกอยู่กับผู้ประกอบการในภูมิภาค CLMVT สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับ CLMVT ในฐานะตลาดภายในประเทศ (Extended Nation) และระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงกัน รวมถึงเป้าหมายของประชาคมโลกในการลดความเหลื่อมล้ำทั้งภายในและระหว่างประเทศด้วย

อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 สนค. จึงนำงบประมาณของโครงการดังกล่าวมาดำเนินกิจกรรมทดแทน 2 กิจกรรม ได้แก่

- 1 | โครงการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการรับมือกับสถานการณ์ภัยพิบัติจากการถดถอยทเรียนในช่วงการแพร่กระจายโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)
- 2 | โครงการจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการ CLMVT the New Normal (Webinar)

แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรมการดำเนินงาน

งาน CLMVT Webinar 2020 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2563 ณ กระทรวงพาณิชย์ ภายใต้หัวข้อ CLMVT-the New Normal มีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 300 คน (ผู้เข้าร่วมออนไลน์ 250 คน ผู้เข้าร่วมในกระทรวงพาณิชย์ 80 คน และผู้รับชมย้อนหลังผ่านเฟซบุ๊กอีกมากกว่า 2,000 ครั้ง) การจัดงานมีวัตถุประสงค์เพื่อต่อยอดงาน CLMVT Forum (2559-2563) รักษาเครือข่ายผู้ประกอบการ นักวิชาการ ภาครัฐ และเพิ่มขีดความสามารถในการรับมือกับภัยพิบัติในระดับอนุภูมิภาคผ่านการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญจากทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคมจากประเทศกลุ่ม CLMVT รวมทั้งเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมฉลองครบรอบ 100 ปี วันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์

ผลสำเร็จ / ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ประชาชนได้รับ ที่ประชุมเห็นชอบประเด็นหลักด้วยกันใน 5 ประเด็น ดังนี้



การปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน
การผลิตให้หลากหลาย



เทคโนโลยีเป็นกุญแจสำคัญในการ
เพิ่มความทนทานให้กับอุตสาหกรรม
การผลิตอย่างยั่งยืน



การเพิ่มความเชื่อมโยงในภูมิภาค
(connectivity)



การเสริมสร้างความสามารถ
ในการแข่งขัน



การสร้างเชื่อมั่นและความไว้วางใจ
ระหว่างรัฐ ผู้ผลิตและผู้บริโภคในสังคม

นอกจากนี้ผลงานสัมมนาเสนอให้พิจารณาดำเนินโครงการ
ต่อเนื่องจำนวน 4 โครงการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการรับมือกับภัยพิบัติในระดับอนุภูมิภาค ตามบทบาทของ
กระทรวงพาณิชย์ ดังนี้

- 1 | การจัดฝึกอบรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้แก่บุคลากรภาค
รัฐใน CLMVT ตามภารกิจของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
ในสังกัดกระทรวงพาณิชย์
- 2 | การพัฒนาความเชื่อมโยงการขนส่งคมนาคมทางบกในภูมิภาค
CLMVT ตามภารกิจของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
- 3 | พัฒนากฎระเบียบที่ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบ
ธุรกิจในรูปแบบดิจิทัลตามภารกิจของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
และสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่
- 4 | ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนา
ทักษะของผู้ประกอบการและแรงงานตามภารกิจของกรมพัฒนา
ธุรกิจการค้าและสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่



CLMVT THE NEW NORMAL WEBINAR



DR. MIA
MIKIC
UNESCAP



MR. HIDEAKI
IWASAKI
ADB



MS. PIMCHANOK
VONKORPON
MINISTRY OF COMMERCE
THAILAND



MS. CÉCILE THORO
NIANG
WORLD BANK



MR. PHENG
KOUCH
AKI TIAN LU PROPERTY
DEVELOPMENT CO., LTD



MS. SOUDALIE
SILAPHET
POPPY'S
PHARMACY & BEAUTY



DR. AUNG
THURA
THURA SWISS



MR. JOHN
TRAN
MATRIX AIM



MR. GAVIN
VONGKUSOLKIT
GLOWFISH



MR. VORATAT
TANTIMONGKOLSUK
THAILAND
BOARD OF TRADE



MR. ISRIYA
PAIREEPAIRIT
WONGNAI



MS. MONRAWEE
AMPOLPITAYANANT
TWITTER
ASIA PACIFIC

แนวโน้มผลกระทบ จากบริบทโลกยุคใหม่ต่อภาคบริการไทย

ภายใต้บริบทโลกยุคใหม่ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา เกิดการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ ที่มีความซับซ้อนอย่างมากทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากความเปลี่ยนแปลง Mega Trends ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก ได้แก่ (1) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมสูงวัย (2) การเปลี่ยนแปลงทางภูมิรัฐศาสตร์และภูมิศาสตร์การค้า (Geopolitics) (3) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (4) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก ปัจจัยเดิมที่เป็นกระแสระยะยาวเหล่านี้ผนวกกับปัจจัยล่าสุดคือ (5) โรคอุบัติใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างฉับพลัน รุนแรง และก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้างในทุกภาคส่วน ทั้งนี้ ในส่วนประเทศไทย คาดว่าได้ผ่านช่วงวิกฤติสูงสุดของการระบาดของโควิด-19 มาแล้ว อย่างไรก็ตาม ด้วยการระบาดที่ยังอยู่อย่างต่อเนื่องในบางประเทศทำให้เศรษฐกิจไทยซึ่งเดิมต้องพึ่งพาต่างชาติ ทั้งในด้านการส่งออกและการท่องเที่ยวยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับมาได้ในช่วงเวลาอันใกล้นี้ ซึ่งภาคบริการซึ่งเป็นกำลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยสำคัญก็ได้รับผลกระทบในหลายสาขาเช่นกัน โดยมีรายละเอียดการติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจภาคบริการต่าง ๆ ได้ดังนี้

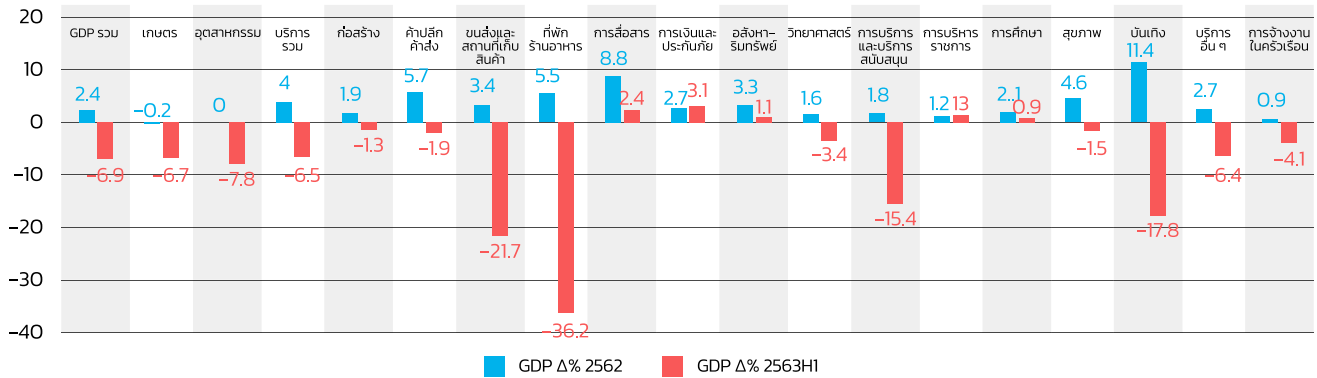
1 | สถานการณ์ธุรกิจบริการ

1.1 จากข้อมูลสำนักงานสภาพัฒนาการเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2563 ได้เผยแพร่ตัวเลขการปรับประมาณการการขยายตัวการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทย (GDP) ของปี 2563 ว่า จะติดลบทั้งปีที่ร้อยละ -7.5 โดย GDP ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2563 (ซึ่งเป็นช่วงที่สถานการณ์โควิด-19 มีการแพร่ระบาดสูงสุด) ติดลบร้อยละ -6.9 เมื่อเทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน (YOY) โดยภาคอุตสาหกรรมติดลบมากที่สุดร้อยละ -7.8 และภาคเกษตรติดลบร้อยละ -6.7 ทั้งนี้ ภาคบริการซึ่งเคยเป็นส่วนสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ¹ ในภาพรวมติดลบมากถึงร้อยละ -6.5 ซึ่งได้รับผลกระทบมากที่สุดในสาขาที่พักแรมและร้านอาหาร ติดลบร้อยละ -36.2 การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้าร้อยละ -21.7 ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ -17.8 และการบริหารและการสนับสนุน -15.4



¹ ในครั้งแรกของปี 2563 GDP ภาคบริการของไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61 ภาคเกษตรร้อยละ 8 และภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 31

อัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมูลค่าที่แท้จริงด้านการผลิต ปี 2562 เทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2563



ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

1.2 สถานการณ์การจ้างงาน

หากพิจารณาภาวะการทำงานของประชากรแยกตามสาขาธุรกิจบริการต่าง ๆ ตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2562 ถึงไตรมาส 2 ปี 2563 พบว่าในไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 ภาคบริการเกือบทุกสาขามีจำนวนแรงงานที่ลดลงจากไตรมาสก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสาขากิจกรรมขององค์การระหว่างประเทศที่มีแนวโน้มมีอัตราการเปลี่ยนแปลงภาวะการทำงานลดลงร้อยละ 90 ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาส 4 ของปี 2562 (อย่างไรก็ดี กิจกรรมนี้มีการจ้างงานเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.001-0.003 ในกลุ่มภาคบริการ) ส่วนภาคบริการด้านอื่น ๆ ที่มีการทำงานของประชากรลดลงอย่างมาก ได้แก่ ด้านศิลปะ

ความบันเทิง และนันทนาการลดลงร้อยละ -16.26 การจ้างงานในครัวเรือนส่วนบุคคล ลดลงร้อยละ -12.54 และการบริหารและการบริการสนับสนุน ลดลงร้อยละ -11.71 สอดคล้องตามการใช้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมในช่วงดังกล่าว ทั้งนี้จำนวนแรงงานในสามสาขาข้างต้นคิดเป็นร้อยละ 5-6 ของกลุ่มภาคบริการ (*ยกเว้นสาขาข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารและการบริหารราชการที่มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 3.59 และร้อยละ 0.65) ทั้งนี้ ยังไม่พบสัญญาณการเปลี่ยนแปลงการจ้างงานอย่างรุนแรงมากนักในช่วงนี้

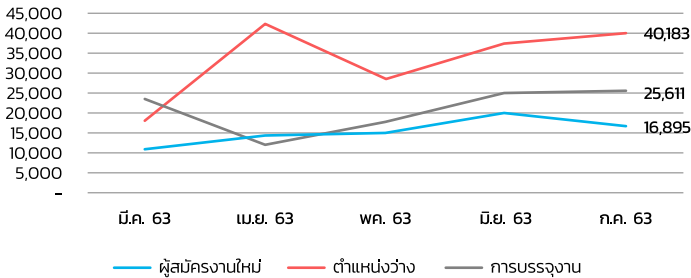
อัตราการเปลี่ยนแปลงภาวะการทำงานภาคบริการ ในช่วงปี 2562 - 2563 ไตรมาส 2

สาขาภาคบริการ	Δ%Q2/2563
ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	3.59
การบริหารราชการ	0.65
การขายส่ง และการขายปลีก	-2.43
การขนส่ง และสถานที่เก็บสินค้า	-2.45
กิจกรรมบริการด้านอื่น ๆ	-2.68
โรงแรม และการบริการด้านอาหาร	-4.23
การก่อสร้าง	-4.97
วิชาชีพ วิทยาศาสตร์ และเทคนิค	-5.51

สาขาภาคบริการ	Δ%Q2/2563
การศึกษา	-6.48
การเงินและการประกันภัย	-6.7
สุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์	-6.76
อสังหาริมทรัพย์	-9.67
การบริหารและการบริการสนับสนุน	-11.71
การจ้างงานในครัวเรือนส่วนบุคคล	-12.54
ศิลปะ ความบันเทิง และนันทนาการ	-16.26
กิจกรรมขององค์การระหว่างประเทศ	-90.05

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, ภาวะการทำงานของประชากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ

สถานการณ์ด้านแรงงาน ในปี 2563 (จำนวนคน)



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, สถานการณ์ด้านแรงงาน

นอกจากนี้ สถานการณ์ภาพรวมด้านแรงงานในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2563 เสมือนมีสัญญาณที่ดีขึ้น จากการที่มีจำนวนตำแหน่งว่างและการบรรจุงานที่เพิ่มมากขึ้น ขณะที่ผู้สมัครงานใหม่ลดลง และมีจำนวนน้อยกว่าตำแหน่งที่เปิดรับ อย่างไรก็ตาม จากการประเมินของสถาบันวิจัยกรุงศรี พบว่ามีความเสี่ยงในการที่จะมีการลดการจ้างแรงงานในระบบในกลุ่มธุรกิจที่เปราะบางและขาดสภาพคล่อง ราว 11.8 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 33.2 อาทิจนในกลุ่มภาคเกษตร 4 ล้านคน ค่าปลีก 1.4 ล้านคน และ 1 ล้านคนในกลุ่มร้านอาหาร



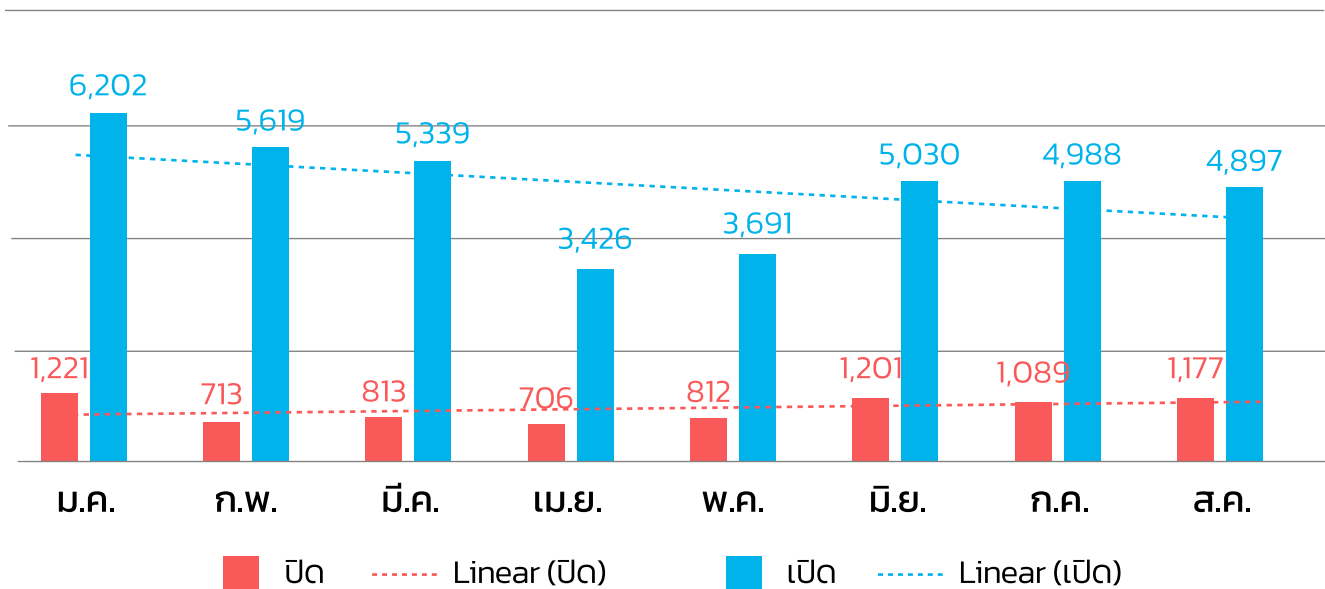
1.3 สถานการณ์การเปิด-ปิดกิจการของธุรกิจภาคบริการ จากสถิติการจัดตั้งธุรกิจใหม่และการเลิกประกอบกิจการ เฉพาะในกลุ่มธุรกิจบริการ (รหัส TSIC 2 หลัก) ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงสิงหาคม 2563 พบว่าการจัดตั้งธุรกิจใหม่มีแนวโน้มที่ลดลง โดยเฉพาะการชะลอการเปิดกิจการในช่วงเมษายนถึงพฤษภาคม 2563 ที่มีการระบาดของโควิด-19 สูง ขณะที่การเลิกประกอบกิจการมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นจากช่วงต้นปี

การจัดตั้งธุรกิจใหม่ จำนวนรวม 39,192 ราย โดย 3 อันดับแรก ได้แก่ **ธุรกิจขายส่งขายปลีก** มีการเปิดกิจการมากที่สุด (สัดส่วนร้อยละ 40.59) โดยส่วนใหญ่เป็นการค้าปลีกค้าส่งสินค้าทั่วไป การขายส่งเครื่องจักร การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต การขายส่งสินค้าแฟชั่นภัณฑ์ และการขายปลีกขายส่งเครื่องสำอาง รองลงมาคือ **ธุรกิจก่อสร้าง** (สัดส่วนร้อยละ 15.81) ในกลุ่มการก่อสร้างอาคารที่มีใช้ที่พักอาศัย และ**กิจกรรมทางวิทยาศาสตร์** (สัดส่วนร้อยละ 9.99) ในกลุ่มการให้คำปรึกษา การทำบัญชี/ภาษี และบริษัทกฎหมาย

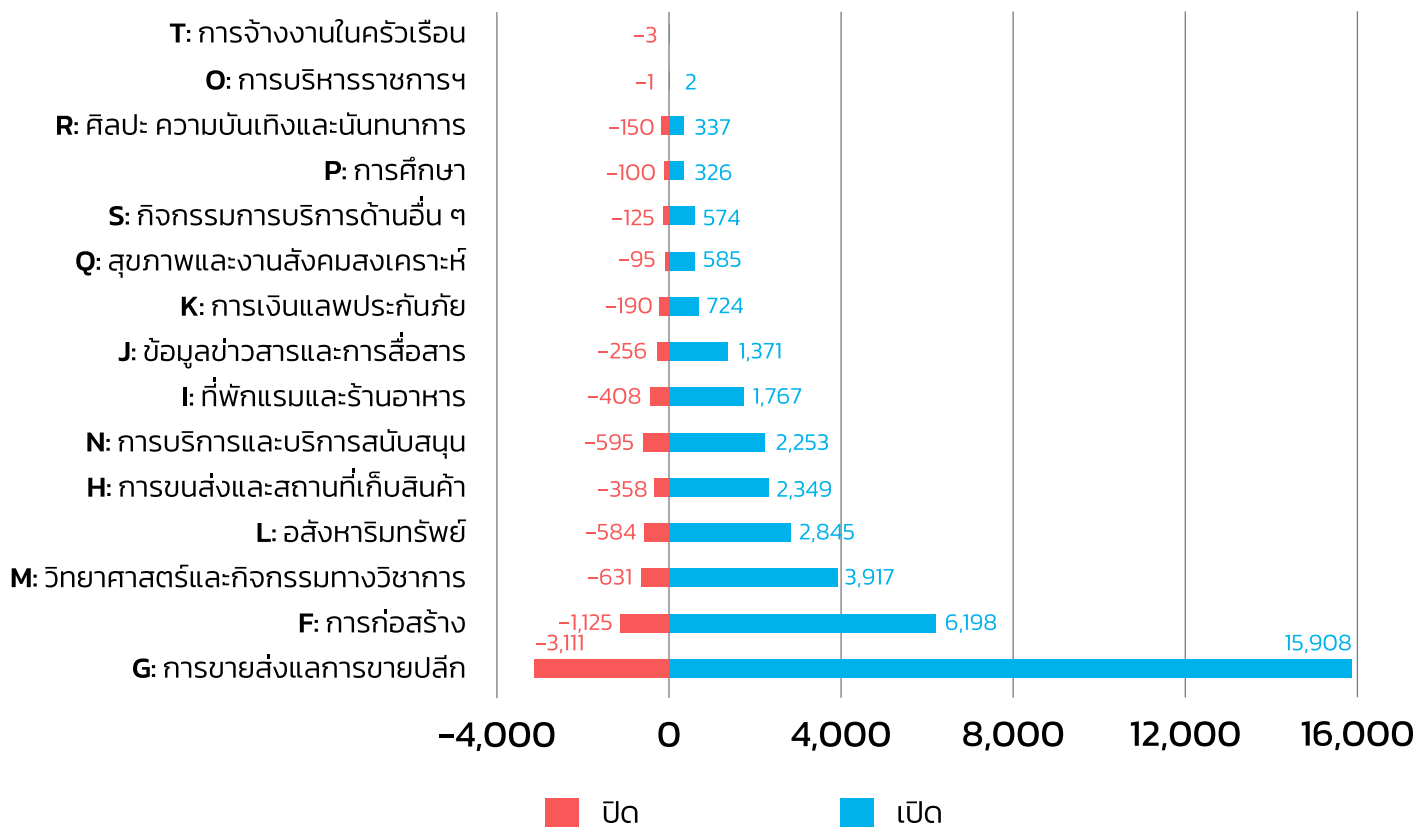
การเลิกประกอบกิจการ จำนวนรวม 7,732 ราย โดย 3 อันดับแรกยังคงเป็นกลุ่มเดียวกับกับกลุ่มที่มีการจัดตั้งธุรกิจใหม่สูง ได้แก่ **ธุรกิจขายส่งสินค้าทั่วไป** ขายส่งเครื่องจักร และขายส่งเครื่องสำอาง รองลงมาคือ **ธุรกิจก่อสร้าง** กลุ่มการก่อสร้างอาคารที่มีใช้ที่พักอาศัย และ**กิจกรรมทางวิทยาศาสตร์** ในกลุ่มการให้คำปรึกษา

ทั้งนี้ ธุรกิจบริการสำคัญกลุ่มการท่องเที่ยวและการเดินทาง ที่หลายฝ่ายประเมินว่าจะได้รับผลกระทบสูงจากโควิด-19 กลับพบว่ายังมีการจัดตั้งกิจการในกลุ่มภัตตาคารและร้านอาหารมากถึง 1,098 ราย และโรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด 385 ราย ส่วนกลุ่มการขนส่งยังมีการเปิดกิจการในกลุ่มการขนส่งและขนถ่ายสินค้า และการขนส่งทางถนนรวม 1,645 ราย ขณะที่มีการเลิกกิจการในกลุ่มภัตตาคารและร้านอาหารไม่มากนัก จำนวน 258 ราย โรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด 94 ราย ส่วนกลุ่มการขนส่ง ได้แก่ การขนส่งและขนถ่ายสินค้า 127 ราย การขนส่งสินค้าทางถนน 68 ราย ตัวแทนดำเนินพิธีการศุลกากร 37 ราย การขนส่งผู้โดยสารทางบกและรถประจำทาง รวม 48 ราย ซึ่งถือว่ายังไม่สะท้อนความเสียหายมากในระยะนี้

จำนวนการจัดตั้งธุรกิจใหม่และการเลิกประกอบกิจการของธุรกิจบริการ เดือนมกราคม - สิงหาคม 2563
(แบ่งประเภทตามรหัส TSIC 2 หลัก)



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

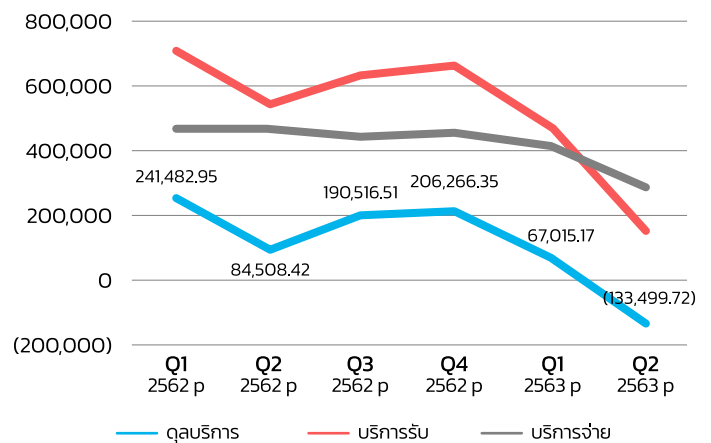
1.4 ดุลการชำระเงินด้านบริการ

ดุลการชำระเงินในไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 ติดลบ 133,499.72 ล้านบาท (จากเดิมที่ได้ดุล 241,482.95 ล้านบาท ในไตรมาส 1/2562) เนื่องจากปัจจัยหลักด้านการท่องเที่ยว ในส่วนการเดินทางส่วนตัวที่ลดลงต่อเนื่องอย่างรุนแรงตั้งแต่ ไตรมาสที่ 4 ของปี 2562 เป็นต้นมา (ทั้งในส่วนบริการรับ และบริการจ่าย) ได้ดุลเพียง 23,458.37 ล้านบาท (จากเดิมที่ได้ดุล 418,727.55 ล้านบาทในไตรมาส 1/2562) และค่าขนส่ง ในหมวดค่าโดยสารเดินทางที่ลดลง ได้ดุลเพียง 4,993.68 ล้านบาท (จากเดิมที่ได้ดุล 20,654.05 ล้านบาทในไตรมาส 1/2562) ทั้งนี้ ที่ผ่านมาดุลการชำระเงินในเกือบทุกหมวดของ ภาคบริการจะติดลบอยู่แล้ว ยกเว้นในส่วนการท่องเที่ยวและ ค่าโดยสารเดินทาง ซึ่งเป็นตัวหลักที่ช่วยพยุงให้ดุลการชำระเงิน ที่ผ่านมาให้เป็นบวก

อย่างไรก็ดี ในช่วงไตรมาส 2/2563 ดุลการชำระเงิน มีทิศทางเป็นบวกมากขึ้นในส่วนค่าขนส่งในส่วนค่าระวางสินค้า ที่ดุลการชำระเงินติดลบน้อยลงเป็น -84,788.72 ล้านบาท (จากเดิมกว่าแสนล้านบาท) และค่าบริการทรัพย์สินทางปัญญา

ดุลการชำระเงินติดลบน้อยลงเป็น -32,912.65 ล้านบาท (จากเดิมกว่า 3-4 หมื่นล้านบาท) ซึ่งเกิดจากดุลรายจ่ายที่ลดลง เนื่องจากการค้าระหว่างประเทศที่ชะลอตัวลงในช่วงที่ผ่านมา

ดุลการชำระเงินด้านบริการ ในช่วงปี 2562 - 2563 ไตรมาส 2



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, ดุลการชำระเงิน

2 | ความเกี่ยวเนื่องของธุรกิจบริการ กับบริการสาขาต่าง ๆ

การให้บริการในธุรกิจบริการสาขาต่าง ๆ มีการพึ่งพา ธุรกิจบริการต้นน้ำที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ (ยกเว้นธุรกิจ ก่อสร้าง) จะมีการพึ่งพากันในกลุ่มธุรกิจบริการด้วยกันสูง ธุรกิจบริการที่เป็นต้นน้ำสำคัญให้แก่กลุ่มบริการต่าง ๆ 3 อันดับแรกในภาพรวม ได้แก่ การบริการทางด้านธุรกิจ สถาบันการเงิน และการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งหมายความว่าหาก ธุรกิจบริการสาขาใดสาขาหนึ่งที่ได้รับผลกระทบแล้ว จะมีความเชื่อมโยงไปถึงธุรกิจต้นน้ำสาขาต่าง ๆ ด้วย



	ธุรกิจบริการ	ธุรกิจต้นน้ำของธุรกิจบริการสาขาต่าง ๆ				
		อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5
F	การก่อสร้างที่อยู่อาศัย (138)	การผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีต (9.4%) 103	การผลิตผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า (8.9%) 106	การผลิตซีเมนต์ (8.7%) 102	การผลิตผลิตภัณฑ์จากดินที่ใช้กับงานก่อสร้าง (6.2%) 101	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ (5.8%) 110
	การก่อสร้างอาคารที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย (139)	การผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีต (11%) 103	การผลิตซีเมนต์ (9.2%) 102	การผลิตผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า (8.3%) 106	การผลิตผลิตภัณฑ์จากดินที่ใช้กับงานก่อสร้าง (6.9%) 101	การผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ (6%) 122
	ค้าส่ง (145)	สถาบันการเงิน (32.8%) 160	การไฟฟ้า (9.27%) 135	การบริการทางด้านธุรกิจ (6%) 164	การบริการทางด้านธุรกิจ (6%) 164	สถานที่เก็บสินค้าและการเก็บสินค้า (5.4%) 158
	ค้าปลีก (146)	การไฟฟ้า (21.2%) 135	สถาบันการเงิน (15%) 160	การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก (10.9%) 098	การบริการทางด้านธุรกิจ (6.8%) 164	บริการไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ และการสื่อสาร (5.1%) 159
H	การขนส่ง-บริการเกี่ยวกับการขนส่ง (157)	การบริการทางด้านธุรกิจ (21.2%) 164	การขนส่งทางอากาศ (12.7%) 156	บริการเกี่ยวเนื่องกับการขนส่ง (11.1%) 157	โรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม (8.4%) 093	โรงแรมและที่พักอื่นๆ (7.5%) 148
	สถานที่เก็บสินค้าและการเก็บสินค้า (158)	การไฟฟ้า (40.2%) 135	กิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกการผลิตได้ (9.5%) 180	การให้บริการเสริมการขนส่งทางบก (8.4 %) 152	สถาบันการเงิน (5.1%) 160	การซ่อมแซมยานพาหนะทุกชนิด (4.6%) 127
I	ภัตตาคารและร้านอาหาร เครื่องดื่ม (147)	โรงฆ่าสัตว์ (14.5%) 042	การผลิตเบียร์ (12%) 063	การทำไร่ผัก (6%) 007	การค้าปลีก (5.6%) 146	การค้าส่ง (5.4%) 145
	โรงแรมและที่พักอื่น ๆ (148)	การไฟฟ้า (27.8%) 135	สถาบันการเงิน (5.2%) 160	การบริการทางด้านธุรกิจ (5.1%) 164	การทำสวนผลไม้ (4.1%) 008	การค้าปลีก (4%) 146
J	ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (บริการไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ และการสื่อสาร) (159)	บริการไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ และการสื่อสาร (44%) 159	สถาบันการเงิน (15.6%) 160	การไฟฟ้า (10.1%) 135	การบริการทางด้านธุรกิจ (9.9%) 164	การขนส่งทางอากาศ (4.1%) 156
K	สถาบันการเงิน (160)	สถาบันการเงิน (36.1%) 160	การบริการทางด้านธุรกิจ (11.8%) 164	บริการไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ และการสื่อสาร (7.5%) 159	บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ (6.5%) 163	การไฟฟ้า (5.4%) 135
	การประกันชีวิต (161)	การบริการทางด้านธุรกิจ (13.3%) 164	กิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกการผลิตได้ (10.8%) 180	สถาบันการเงิน (8.1%) 160	บริการทางการแพทย์และบริการทางอนามัยอื่นๆ (7.4%) 169	การไฟฟ้า (6.5%) 135
	การประกันวินาศ (162)	กิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกการผลิตได้ (14.8%) 180	การบริการทางด้านธุรกิจ (13.4%) 164	บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ (12.2%) 163	สถาบันการเงิน (12.1%) 160	สถาบันวิจัย (7.3%) 168

	ธุรกิจบริการ	ธุรกิจต้นน้ำของธุรกิจบริการสาขาต่าง ๆ				
		อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5
L	กิจกรรมเกี่ยวกับ อสังหาริมทรัพย์ (163)	สถาบันการเงิน (37.1%) 160	การไฟฟ้า (23.9%) 135	การบริการทางด้าน ธุรกิจ (16.9%) 164	กิจกรรมที่ไม่สามารถ จำแนกการผลิตได้ (2.8%) 180	บริการสุขภาพและบริการที่คล้ายคลึงกัน (2.2%) 166
M	สถาบันวิจัย (168)	การบริการทางด้าน ธุรกิจ (13.1%) 164	บริการไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ และการสื่อสาร (9.4%) 159	การผลิตเครื่อง มือและอุปกรณ์ วิทยาศาสตร์และการ แพทย์ (7.9%) 129	สถาบันวิจัย (7.7%) 168	การไฟฟ้า (7.2%) 135
	สถาบันธุรกิจ สมาคมอาชีพ และสมาคมกรรมกร (170)	การบริการทางด้าน ธุรกิจ (21%) 164	โรงกลั่นน้ำมัน ปิโตรเลียม (9.5%) 093	การผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ในสำนักงาน และในครัวเรือน (9.4%) 116	การไฟฟ้า (8.7%) 135	ภัตตาคารและร้าน ขายเครื่องดื่ม (6.6%) 147
N	กิจกรรมบริหารและบริการ สนับสนุน-การบริการทาง ด้านธุรกิจ (164)	วิทยุ โทรทัศน์ และ บริการที่เกี่ยวข้อง อื่นๆ (22.7%) 174	การบริการทางด้าน ธุรกิจ (15.1%) 164	การพิมพ์ การพิมพ์ โฆษณา (11.4%) 083	บริการไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ และการสื่อสาร (7.2%) 159	โรงกลั่นน้ำมัน ปิโตรเลียม (5.6%) 093
P	การศึกษา (167)	การผลิตเยื่อกระดาษ และกระดาษชนิด ต่างๆ (10.4%) 081	การไฟฟ้า (10.2%) 135	การผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ในสำนักงาน (8%) 116	โรงกลั่นน้ำมัน ปิโตรเลียม (7%) 093	การค้าส่ง (6.8%) 145
Q	บริการทางการแพทย์และ บริการทางอนามัยอื่นๆ (169)	การผลิตยารักษาโรค (33.4%) 088	การค้าปลีก (11.2%) 146	การค้าส่ง (10.5%) 145	การผลิตเครื่อง มือและอุปกรณ์ วิทยาศาสตร์และการ แพทย์ (8.4%) 129	การไฟฟ้า (7.1%) 135
	กิจกรรมด้านสุขภาพและงาน สังคมสงเคราะห์ - บริการชุมชน อื่นๆ (171)	โรงกลั่นน้ำมัน ปิโตรเลียม (21.4%) 093	การไฟฟ้า (14.5%) 135	การก่อสร้างอาคาร ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย (9.5%) 139	โรงสีข้าว (9.3%) 049	การซ่อมแซมยาน พาหนะทุกชนิด (4.5%) 127
R	ศิลปะ ความบันเทิงและ บันเทิงการ (176)	การผลิตเครื่องดนตรี และเครื่องกีฬา (18.6%) 133	สถาบันการเงิน (5.2%) 160	การบริการทางด้าน ธุรกิจ (5.1%) 164	การทำสวนผลไม้ (4.1%) 008	การค้าปลีก (4%) 146

ที่มา: ตาราง Input-Output Table 2015 โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3 | ความต้านทานต่อวิกฤตของแต่ละธุรกิจบริการ

SCB EIC ได้ประเมินแนวโน้มการฟื้นตัวรายภาคธุรกิจโดยใช้ 3 หลักเกณฑ์ ได้แก่



เกณฑ์ที่ 1

ภาวะก่อนวิกฤต
(Initial Conditions)

เกณฑ์ที่ 1 ภาวะก่อนวิกฤต

(Initial Conditions) โดยพิจารณาจาก

- **คุณภาพสินเชื่อ** (NPL และ SM) พบว่าธุรกิจบริการมีอัตราหนี้เสียต่อสินเชื่อธุรกิจรวมมากที่สุด ได้แก่ ร้านอาหาร 11.7% ก่อสร้าง 11.0% ค่าส่ง-ปลีก grocery 10.4% โรงแรม 9.9% ค่าส่ง-ปลีก non grocery 9.1% ขนส่ง 8.5% อสังหาฯ 7.1% สื่อสาร 1.7% และสุขภาพ 1.2% ตามลำดับ
- **ยอดการปิดกิจการ** ในเดือนพฤษภาคม 2563 ซึ่งพบการปิดกิจการเพิ่มขึ้น 3 อันดับแรกในกลุ่มร้านอาหาร 38.8% สื่อสาร 18.7% และโรงแรม 18.0%
- **สภาพคล่องของกิจการ** โดยคำนวณจากรยะเวลากันชนทางการเงิน (Cash buffer days) ซึ่งพบว่ามากกว่าครึ่งของจำนวนธุรกิจมีจำนวนกันชนทางการเงินน้อยกว่า 90 วัน ซึ่งหากจะสามารถพยุงกิจการไปได้เพียง 3 เดือน ทั้งนี้ จำนวนบริษัทราวร้อยละ 40 ในกลุ่มโรงแรมและร้านอาหาร มีกันชนน้อยกว่า 30 วัน



เกณฑ์ที่ 2

ระดับผลกระทบจากโควิด-19
(Degree of impacts)

เกณฑ์ที่ 2 ระดับผลกระทบจากโควิด-19

(Degree of impacts) โดยเทียบกับระดับรายได้ก่อนเกิดวิกฤต แบ่งเป็นรายได้หดตัวในช่วงน้อยกว่า 10% , 10-20% , มากกว่า 20% เทียบกับเกณฑ์ที่ 3

เกณฑ์ที่ 3 ความรวดเร็วในการฟื้นตัวของแต่ละภาคธุรกิจ

(Speed of recovery) จากการประเมินพบว่าธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ สายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร อสังหาฯ จะได้รับผลกระทบมากที่สุด รายได้หดตัวสูงและมีระยะเวลาการฟื้นตัวอย่างช้าๆ แต่ปี 2565 เป็นต้นไป ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบในระดับรองลงมาคือส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาคการบริโภค อาทิ การขนส่งทางทะเล ค่าปลีก-ส่ง non grocery อสังหาฯ ซึ่งคาดว่า จะฟื้นตัวได้ตั้งแต่ครึ่งปีหลังของปี 2564 ส่วนธุรกิจที่ได้รับผลกระทบไม่มาก ได้แก่ การขนส่งทางบก การแพทย์ ค่าปลีก-ส่ง grocery เป็นต้น ซึ่งค่อย ๆ ฟื้นตัวได้ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2564



เกณฑ์ที่ 3

ความรวดเร็วในการฟื้นตัว
ของแต่ละภาคธุรกิจ
(Speed of recovery)

การประเมินของ EIC โดยใช้ทั้ง 3 หลักเกณฑ์ข้างต้น สามารถจำแนกประเภทความเปราะบางของธุรกิจบริการออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1 | กลุ่มธุรกิจที่เปราะบางมาก ได้แก่ ร้านอาหารและโรงแรม เนื่องจากมีความเปราะบางตั้งแต่ก่อนวิกฤตอยู่แล้ว จากอัตราหนี้เสีย การปิดกิจการ cash buffer days น้อยแค่ 1.5 เดือน ช้ำยังได้รับผลกระทบต่อเนื่องในช่วงหลังวิกฤตจากรายได้ที่หดตัวลงจากการบริโภคที่ลดลง ประกอบกับมีการฟื้นตัวได้ช้าราว 2 ปีที่การท่องเที่ยวจะกลับมาเต็มรูปแบบ

2 | กลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมาก แต่มีพื้นฐานที่ดี ได้แก่ อสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง ซึ่งได้รับผลกระทบจากรายได้ที่หดตัวสูงราว 10-20% และมีระยะเวลาฟื้นตัวได้ราว 1 ปี แต่ยังคงถือว่าสถานการณ์ช่วงก่อนวิกฤตค่อนข้างแข็งแกร่ง มี cash buffer days เฉลี่ยราว 2-3 เดือน อย่างไรก็ตาม กลุ่มก่อสร้าง

มีอัตรา NPL ต่อสินเชื่อธุรกิจรวมค่อนข้างสูง คิดเป็นร้อยละ 11 **3 | กลุ่มที่เปราะบางปานกลาง** ได้แก่ การขนส่ง (ยกเว้นสายการบิน) และค้าส่งค้าปลีก เนื่องจากได้รับผลกระทบสูงในช่วงแรกของปี 2563 ที่มีการหยุดชะงักการผลิตและการบริโภค ส่งผลให้รายได้หดตัวราวร้อยละ 10-20% แต่มี cash buffer days สูงเฉลี่ยราว 2.5-3 เดือน และสามารถกลับมาฟื้นตัวได้ตามการบริโภคทั้งในและต่างประเทศที่กลับมาดีขึ้น จากการที่ประเทศต่างๆ สามารถบริหารจัดการกับการระบาดได้ดีขึ้น ซึ่งสามารถฟื้นตัวได้เร็วตั้งปี 2564 เป็นต้นไป

4 | กลุ่มที่เปราะบางน้อย และได้รับผลกระทบน้อย ได้แก่ สุขภาพ และการสื่อสาร มีพื้นฐานเดิมที่ค่อนข้างเข้มแข็ง มีอัตราหนี้เสียน้อย cash buffer days สูง เฉลี่ยราว 3 เดือนขึ้นไป ได้รับผลกระทบต่อรายได้น้อย และมีการฟื้นตัวเร็ว จากความต้องการบริโภคที่สูงขึ้น

การประเมินความเปราะบางรายภาคธุรกิจ

โดยใช้ทั้ง 3 หลักเกณฑ์ จำแนกประเภทความเปราะบางของธุรกิจบริการ

Loan Quality, Business Closures and Cash Buffer:

- อ่อนแอ
- ปานกลาง
- แข็งแกร่ง

รายได้ที่ลดลง (Revenue Loss)

- ผลกระทบมาก (หดตัวมากกว่า 20%)
- ผลกระทบปานกลาง (หดตัว 10 - 20%)
- ผลกระทบต่ำ (หดตัวน้อยกว่า 10%)

ความเร็วของรายได้ของแต่ละสาขาจะกลับมาเท่าปี 2562

- หลังปี 2564
- ภายในปี 2564
- ภายในปี 2563

	ภาวะก่อนวิกฤต Initial Conditions	ระดับผลกระทบจาก โควิด-19 Degree of impacts	ความเร็วในการฟื้นตัว ของแต่ละภาคธุรกิจ Speed of recovery
ร้านอาหาร			
โรงแรม			
อสังหาริมทรัพย์			
ผลิตยานยนต์			
ก่อสร้างภาคเอกชน			
ขนส่ง			
ผลิตเคมีภัณฑ์ พลาสติก ยาง			
ค้าปลีก - ส่ง non grocery			
ผลิตอาหาร - เครื่องดื่ม			
ผลิตอิเล็กทรอนิกส์			
ค้าปลีก - ส่ง grocery			
สื่อสาร			
สุขภาพ			

4 | สรุปการประเมินผลกระทบและแนวโน้มในการปรับตัวของแต่ละธุรกิจบริการ

เศรษฐกิจภาคบริการที่ผ่านมามีต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งการท่องเที่ยวไม่สามารถกลับมาฟื้นตัวได้ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2563 จากการไม่สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวจากต่างชาติได้อย่างเต็มรูปแบบ ประกอบกับปัจจัยแวดล้อมจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ จึงประเมินผลกระทบเชิงบวกและลบต่อภาคบริการสาขาสำคัญจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

สาขาภาคบริการ	สังคมสูงวัย	Geopolitics	เทคโนโลยี	สิ่งแวดล้อม	โรคอุบัติใหม่	ความต้านทาน
การท่องเที่ยว	-	-	+	-	-	เปราะบางมาก
การค้าส่ง ค้าปลีก	-	-	+	-	-	ปานกลาง
โลจิสติกส์	+ -	-	+	-	-	ปานกลาง
การเงินและประกันภัย	+ -	-	+	+ -	-	n/a
การศึกษา	-	+ -	+	n/a	-	n/a
ดิจิทัลและเทคโนโลยี **	+	-	+	+	+	เปราะบางน้อย
การแพทย์และสุขภาพ	+	+	+	+	+	เปราะบางน้อย

หมายเหตุ:

* การท่องเที่ยวและร้านอาหาร จัดอยู่ในหมวดเดียวกันด้าน “โรงแรมและการบริการด้านอาหาร” ของการแบ่งประเภท GDP โดย สศช. | ** ดิจิทัลและเทคโนโลยี ไม่ได้จัดอยู่ในหมวดการแบ่งประเภท GDP โดย สศช. จึงอ้างอิงตัวเลขในหมวด “ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร” บวกกับ “ศิลปะ บันเทิง และนันทนาการ” แทน

5 | บทบาทกระทรวงพาณิชย์

จากปัจจัยผลกระทบต่างๆข้างต้น ส่งผลให้ทุกประเทศต่างต้องทบทวนการวางสมดุลทางยุทธศาสตร์ใหม่ ซึ่งเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่เน้นความร่วมมือเป็นห่วงโซ่การผลิตและการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างประเทศ มาเป็นการให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายในและเน้นการพึ่งพาการบริโภคในประเทศให้มากขึ้น ซึ่งในส่วนกระทรวงพาณิชย์สามารถมีบทบาทในการส่งเสริมภาคบริการได้ ดังนี้



ส่งเสริมการปรับตัวของภาคบริการ

โดยส่งเสริมความรู้ในเชิงการปรับตัวของธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งในสาขาเดิมที่กระทรวงพาณิชย์ดูแลอยู่แล้ว และสาขาอื่น ๆ



ช่วยเหลือให้คำแนะนำ

ผู้ประกอบการรายย่อย

ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจ การจัดสรรทรัพยากร (allocate resource) และการปรับเปลี่ยนอาชีพให้แรงงาน โดยใช้เครือข่ายต่าง ๆ



ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่าง

ธุรกิจบริการ/เกษตร/อุตสาหกรรม

ให้เกื้อหนุนกันอย่างเป็นห่วงโซ่ โดยเฉพาะในเทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งสามารถสนับสนุนการพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมในอุตสาหกรรมและบริการสมัยใหม่ได้สาขาอื่น ๆ



มีเครื่องมือติดตามภาวะธุรกิจต่าง ๆ

เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบข่าวสาร แนวโน้ม และสถิติบ่งชี้ภาวะธุรกิจ เพื่อที่จะสามารถวางแผนการประกอบธุรกิจต่างๆ ได้

สินค้าศักยภาพในตลาดสำคัญ และนโยบายส่งเสริมการส่งออกในอนาคต

ภาคการส่งออกของไทยเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลให้ภาพรวมเศรษฐกิจการค้าโลกชะลอตัวลง เนื่องจากมาตรการปิดเมืองเพื่อควบคุมโรคทั้งในและต่างประเทศ กิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายภาคส่วนต้องหยุดดำเนินการชั่วคราว ซึ่งแม้ว่าประเทศไทยจะสามารถควบคุมการแพร่ระบาดได้ดีในช่วงครึ่งแรกของปี แต่กลับเผชิญการระบาดระลอกใหม่ในช่วงปลายปี เช่นเดียวกับหลายประเทศทั่วโลกที่สถานการณ์เข้าสู่ภาวะวิกฤติจากการกลายพันธุ์ของไวรัส และจำนวนผู้ติดเชื้อรายวันเพิ่มสูงขึ้น สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้อุปสงค์จากต่างประเทศลดลง โดยมูลค่าการส่งออกของไทยลดลงมาก โดยเฉพาะในไตรมาสที่สองของปี 2563 หดตัวสูงถึงร้อยละ 15.24 (%YOY) ส่งผลให้ภาพรวมการส่งออกทั้งปี 2563 หดตัวร้อยละ 6.0 (%YOY) อย่างไรก็ตาม แม้ภาพรวมการส่งออกจะหดตัว แต่เมื่อพิจารณาการส่งออกไปยังตลาดสำคัญ พบว่ายังมีสินค้าที่มีศักยภาพหลายรายการที่จะสามารถผลักดันการส่งออกของไทยให้กลับมาฟื้นตัวได้อย่างแข็งแกร่ง

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์สินค้าส่งออกของไทยที่มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน สหภาพยุโรป (15) ญี่ปุ่น และ CLMV ในปี 2563 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่การส่งออกเผชิญกับภาวะวิกฤตข้างต้น โดยใช้ดัชนีความสามารถในการส่งออก (Export Specialization Index: ESI) เพื่อวัดความสามารถในการส่งออกของสินค้าไทยในแต่ละตลาด พบว่าสินค้าไทยที่ยังสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขัน มีดังนี้



ตลาดสหรัฐอเมริกา

หมวดสินค้าเกษตรและอาหาร ได้แก่

ทูน่ากระป๋องและแปรรูป ปลาแช่แข็ง แห้ง หรือรมควัน กุ้งสด แช่เย็น แช่แข็ง อาหารสัตว์เลี้ยง ผลไม้ปรุงแต่ง และน้ำผลไม้กากมะพร้าวสำหรับเลี้ยงสัตว์ สาเก ถั่วลิสง และธัญพืช (ลูกเดือย)

หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่

นาฬิกาข้อมือ ผ้าผืนและด้ายทำจากฝ้าย เส้นใยประดิษฐ์ เส้นใยสังเคราะห์ เครื่องสุขภัณฑ์ทำด้วยทองแดง ผลิตภัณฑ์เซรามิก

อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด (โซลาร์เซลล์) หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า และตัวเก็บประจุไฟฟ้า เครื่องซักผ้า เครื่องซักแห้ง เหล็กและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม และ โทรศัพท์ และอุปกรณ์



ตลาดจีน

หมวดสินค้าเกษตรและอาหาร ได้แก่

มันสำปะหลัง ผลไม้แห้ง ปลาแช่เย็น แช่แข็ง และกระป๋อง ผักและผลไม้เชื่อม แช่อิ่ม ดอก และกระป๋อง น้ำตาลกลูโคส ฟรักโทส มอลโทส ซอสปรุงรสและผงมีสตาร์ด นมยูเอชที และอาหารสัตว์เลี้ยง

หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่

ยางนอก หนังเฟอร์พอกหรือตกแต่งแล้ว (หนังมิงค์) เส้นใยสังเคราะห์ แผ่นไม้อัด ไม้เลื่อย สารที่ใช้ทำแก้ว ผลิตภัณฑ์พลาสติก (ซิลิโคน พอลิเมอร์ และบรรจุภัณฑ์พลาสติก) เครื่องสุขภัณฑ์และเครื่องใช้ในครัวที่ทำจากเซรามิก ฐานรองฟูก ไยยาวสังเคราะห์ หนังพอก และ ผลิตภัณฑ์กระดาษ (แทนกรองหรือแผ่นที่ทำด้วยเยื่อกระดาษ กระดาษ/กระดาษแข็ง)



ตลาดสหภาพยุโรป (15)

หมวดสินค้าเกษตรและอาหาร ได้แก่

เนื้อไก่สดและไก่แปรรูป กุ้งและหอยแปรรูป ซอสปรุงรส ชุบชั้น สิ่งสกัดจากกาแฟหรือชา ผักและผลไม้เชื่อม แซ่ฉิม ดอก และ กระจับปี่ เมล็ดปาล์ม เนื้อมะพร้าวแห้ง (โคปรา) และ ถั่วเขียวผิวน้ำมัน

หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่

ยางรถยนต์ ผลิตภัณฑ์ยาง (ชุดแต่งกาย ถุงมือ และท่อหลอด) ยางธรรมชาติ ยางแผ่น ผ้าทอทำจากเส้นใยสังเคราะห์ เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบ เครื่องพิมพ์ และเพชร พลอย รัตนชาติ



ตลาดญี่ปุ่น

หมวดสินค้าเกษตรและอาหาร ได้แก่

ผลิตภัณฑ์แป้ง (แป้งข้าวโพด/ข้าวไรซ์/ข้าวเหนียว) เนื้อสัตว์แปรรูปและกระจับปี่ อาหารสัตว์เลี้ยง ซอสปรุงรส และน้ำตาลทราย

หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่

สารที่ใช้ทำกาว หลอดหรือท่อทำด้วยทองแดง ด้ายที่ทำด้วย ยางวัลแคนไนซ์ ถุงมือยาง ตัวถังรถยนต์ สิ่งปรุงแต่งสำหรับ ผสม (แชมพู/น้ำยาดัดหรือยัดผม) ของที่ทำจากดีบุก ผลิตภัณฑ์ ทำจากแก้ว (กระจกนาฬิกา/กระจกแว่นตา แก้ว กระเบื้องแก้ว) เส้นใยสังเคราะห์ และเม็ดพลาสติกโพลีเมอร์



ตลาด CLMV

หมวดสินค้าเกษตรและอาหาร ได้แก่

น้ำตาลจากอ้อย โคกระป๋องและสุกรมี่ชีวิต เครื่องดื่ม น้ำแร่ น้ำอัดลม น้ำดื่มปรุงกลิ่นรส เนื้อสัตว์ปรุงแต่ง ปลาปรุงแต่ง ขนมปังกรอบ และอาหารปรุงแต่งจากธัญพืช

หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่

แคลเซียมฟอสเฟตธรรมชาติ สบู่ แทรกเตอร์เพลลาเดี่ยว รถพ่วง ยางรถยนต์ (ขนาดใหญ่) น้ำยางธรรมชาติ และก๊าซและปิโตรเลียม

จากผลการศึกษาสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกข้างต้น พบว่า สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดี และมีความต้องการสูงในช่วงที่สถานการณ์การแพร่ระบาดทั่วโลกยัง

คงมีความไม่แน่นอนสูง โดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอาหาร ซึ่งเป็นสินค้าจำเป็นสำหรับการบริโภค เช่น ข้าว อาหารแห้ง อาหารกระป๋อง อาหารสำเร็จรูป รวมทั้งอาหารสัตว์เลี้ยง ซึ่งประเทศไทยยังมีความสามารถในการผลิตเพื่อรองรับความต้องการในตลาดอีกมาก ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจะต้องเร่งพัฒนา คุณภาพสินค้า และให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนามาตรฐาน และความปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคชาวต่างชาติในการนำเข้าสินค้าไทย โดยแสดงให้เห็นว่ายังสามารถนำเข้าสินค้าจากไทยได้ตามเดิม เพราะการผลิตสินค้าไม่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 สินค้าไทยยังมีคุณภาพและมาตรฐาน เช่นเดิม สำหรับสินค้าอุตสาหกรรม ไทยมีศักยภาพค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งเป็นสินค้าที่ไทยรักษาส่วนแบ่งตลาดในประเทศ คู่ค้าไว้ได้ แม้จะประสบกับภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จึงควรรักษาตลาดและเร่งเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในช่วงที่ประเทศคู่แข่งยังคงไม่ฟื้นตัวจากวิกฤตไวรัสโควิด-19 นอกจากนี้ ยังมีสินค้าที่มีแนวโน้มขยายตัวได้ท่ามกลางความไม่แน่นอนของการกลับมาแพร่ระบาดซ้ำ ได้แก่ สินค้าที่เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ และป้องกันการแพร่ระบาด สินค้าที่สนับสนุนการค้าเงินวิถีใหม่ รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน และการปรับปรุงบ้าน เป็นต้น

สำหรับนโยบายส่งเสริมการส่งออกในอนาคต สศค. ได้วิเคราะห์ ศักยภาพการนำเข้าของประเทศคู่ค้า (Import Potential Index: IPI) และนำประเทศที่มีศักยภาพการนำเข้าสูง มาคัดเลือกหาประเทศคู่ค้าที่ไทยควรมีนโยบายขยายความสัมพันธ์ทางการค้า สร้างกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าการส่งออก หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ดีขึ้น ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังต่อไปนี้

1 | ประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพการนำเข้าสูง ความต้องการสินค้านำเข้าเป็นสินค้า ประเภทเดียวกับที่ไทยส่งออกหลายรายการ

และไทยส่งออกไปประเทศเหล่านั้นได้สอดคล้องกับศักยภาพของประเทศคู่ค้าแล้ว ซึ่งจะต้องรักษาฐานลูกค้าและสร้างความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อสินค้าไทย หากเจรจาจัดทำ FTA เพื่อให้ไทยมีแต้มต่อจะเป็นผลดียิ่งยิ่ง ได้แก่ อเมริกาเหนือ (สหรัฐฯ แคนาดา) ยุโรปตะวันตก (เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส) โอเชียเนีย (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์) สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มาเลเซีย

2 | ประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพการนำเข้าสูง ความต้องการสินค้านำเข้าเป็นสินค้า ประเภทเดียวกันกับที่ไทยส่งออกหลายรายการ แต่ไทยมีการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าเหล่านั้น ในระดับปานกลาง

กลุ่มประเทศเหล่านี้สามารถพัฒนาให้เป็นคู่ค้าที่มีการค้าอยู่ในระดับสูงได้ โดยไทยควรมุ่งทำการตลาดเชิงรุก หากมีอุปสรรคทางการค้า ควรเร่งเจรจาแก้ไขปัญหาและอุปสรรคเพื่อขยายส่วนแบ่งตลาด หรือหากเจรจาการค้าเพื่อให้ไทยมีแต้มต่อหรือได้รับประโยชน์มากขึ้น จะเป็นผลดี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไทยควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก โดยส่วนใหญ่เป็นประเทศในยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวีย (นอร์เวย์ เดนมาร์ก สวีเดน ฟินแลนด์) ยุโรปตะวันออก (สโลวีเนีย เช็ก ออสเตรีย ฮังการี โปแลนด์) และบางประเทศของตะวันออกกลาง (กาตาร์ และอิสราเอล) ประเทศที่กล่าวข้างต้นล้วนเป็นประเทศที่ประชาชนมีรายได้ต่อหัวสูง

3 | ประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพการนำเข้าสูง ความต้องการสินค้านำเข้าเป็นสินค้า ประเภทเดียวกันกับที่ไทยส่งออกหลายรายการ แต่ประเทศไทยส่งออกไปน้อย

กลุ่มประเทศเหล่านี้เป็นประเทศที่ไทยควรเร่งศึกษาตลาด เพื่อขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติม ได้แก่ ไชล์แลนด์ เอสโตเนีย ลิทัวเนีย และคาซัคสถาน



การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ในยุคโควิด-19

ภาคการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยในเดือนมกราคม – มิถุนายน 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ 83,370 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.42 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2561 จำนวน 57,302 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 219.82 ซึ่งมีมูลค่ามากที่สุดในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยที่โรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่มีผู้ป่วยที่เป็นชาวต่างชาติมากถึงถึง 2 ใน 3 ของผู้ป่วยที่รับการรักษาทั้งหมด และรายได้มากกว่า ร้อยละ 50 มาจากผู้ป่วยชาวต่างชาติ

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัสโควิด-19

UNWTO (2020) ประมาณการว่า จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกในไตรมาสที่ 1 ของปี 2563 ลดลงร้อยละ 22 และตลอดทั้งปี 2563 อาจลดลงร้อยละ 60 – 80 โรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชนที่มีรายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติย่อมได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้บริการให้บริการ ทางการแพทย์

การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการรักษาพยาบาลและการบริการที่เกี่ยวข้อง จะช่วยสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ได้ ประกอบกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ประชาชนต้องรักษาระยะห่างระหว่างกัน และหลีกเลี่ยงการไปยังสถานที่แออัด ทำให้ทุกภาคส่วนต้องปรับตัว และมีลักษณะ Digitalization มากขึ้น และเกิดบริการทางการแพทย์ที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ เช่น



โทรเวชกรรม (Telemedicine) และ 5G หรือการแพทย์ทางไกล เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลสำหรับการวินิจฉัยโรค และการป้องกันการติดเชื้อ



อุปกรณ์ Wearable และ IoT ที่ฝังอุปกรณ์เซ็นเซอร์และซอฟต์แวร์สำหรับบันทึกข้อมูลสุขภาพของผู้สวมใส่ ทำให้แพทย์สามารถนำไปวิเคราะห์ประกอบการรักษาได้



ใบสั่งยาอิเล็กทรอนิกส์ และ Blockchain เชื่อมโยงข้อมูลและมีระบบยืนยันตัวตนให้ตรงกับข้อมูลส่วนบุคคล (SSI) ที่บันทึกโดยแพทย์หรือสถานพยาบาล

นอกจากนี้ ยังมีนวัตกรรมอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงที่เชื้อไวรัสโควิด-19 ระบาดอีกมาก เช่น เครื่องจำหน่ายหน้ากากอนามัยที่จำกัดปริมาณการซื้อของแต่ละคนได้ โดยผู้ซื้อต้องแสดงบัตรประชาชน และสามารถชำระเงินโดยการสแกน QR Code เพื่อลดการสัมผัสเครื่องและธนบัตร การใช้หุ่นยนต์ให้บริการแทนคน เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลง ทางเลือกการบริโภค

จากรายงาน Consumer 2020: Reading the signs' เปิดเผยแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคปี 2020 พบแนวโน้มสำคัญที่ภาคการผลิตต้องมีการปรับตัวพร้อมรับมือกับ พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง นั่นคือการเปลี่ยนแปลงทางเลือกการบริโภคที่ต้องสอดคล้องกับ 3 ปัจจัยหลักได้แก่



การเพิ่มขึ้น ของประชากรโลก

ประชากรโลกยังคงเติบโตต่อเนื่อง แต่เติบโตในอัตราลดลงอ้างอิงจาก United Nations ปี 2559 พบว่ามีประชากรโลกทั้งสิ้น 7.71 พันล้านคน เพิ่มจากปี 2550 ประมาณ 1 พันล้านคน โดยช่วงปี 2508 - 2513 เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 2.1% ต่อปี แต่ลดลงในช่วงปี 2558-2563 ลดลงต่ำกว่า 1.1% ต่อปี และคาดว่าจะยังคงชะลอตัวต่อไป



การเติบโตของ กลุ่มคนชนชั้นกลาง

Brooking Institution ประเมินว่า กลุ่มชนชั้นกลางทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และจะเติบโตถึง 5.3 พันล้านคนในปี 2573 โดยคาดว่าจะมีประชากรที่เข้าสู่กลุ่มชนชั้นกลางเฉลี่ยปีละ 160 ล้านคนสำหรับในช่วง 5 ปีถัดไป



การเปลี่ยนแปลง ภูมิประชากรศาสตร์

ประเทศมีการพัฒนามากขึ้น จึงมีหลายปัจจัยที่ส่งผลให้อัตราการเกิดลดลง ทั้งการเข้าถึงการศึกษาที่ทำให้ผู้หญิงมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานมากขึ้น รวมไปถึงค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้คนตัดสินใจมีรูปลดลง เพื่อลดค่าใช้จ่าย ประกอบกับในอดีตหลาย ๆ ประเทศมีนโยบายควบคุมประชากร

ทางเลือกการบริโภคอาหาร

- 1 | **วัตถุดิบและสินค้าท้องถิ่น** ผู้บริโภคเน้นวัตถุดิบตามฤดูกาลและสินค้าท้องถิ่นเพิ่มขึ้น สำหรับเตรียมอาหารรับประทานเองเพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง
- 2 | **ความโปร่งใสของแหล่งที่มา** ผู้บริโภคเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีความโปร่งใสของที่มา สะท้อนคุณค่าของสินค้า การดำเนินงานที่มีจิตสำนึกต่อสังคม และเปิดแหล่งที่มาของวัตถุดิบ
- 3 | **ให้ความสำคัญต่อการลดขยะอาหาร** มีแนวโน้มซื้ออาหารในปริมาณที่เหมาะสม หลีกเลี่ยงการสร้างขยะอาหารจากการซื้อมากเกินไป
- 4 | **นวัตกรรมใหม่ทางอาหาร** เช่น เนยมังสวิรัต น้ำกลั่นจากผลไม้และผักเสี้ยว เบียร์จากเศษขนมปัง





ผลกระทบ การเปลี่ยนแปลงทางเลือกการบริโภค



การปรับตัวของราคาอาหารและวัตถุดิบ นำไปสู่ทางเลือกการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป



การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศส่งผลให้ผลผลิตพืชผลลดลง อาหารอาจมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ



คาดการณ์ว่าผู้บริโภคจะนิยมบริโภคอาหารมูลค่าสูง ที่มีการใช้ทรัพยากรอย่างเข้มข้น เป็นแรงกดดันให้ราคาวัตถุดิบและอาหารเพิ่มสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย



ทำความเข้าใจและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่เปลี่ยนตามพฤติกรรมผู้บริโภค



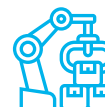
ขยายช่องทางตลาดเฉพาะ (Niche Market) เพิ่มมากขึ้น จากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น



ส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI ที่เป็นสินค้าพรีเมียมมูลค่าสูง



นำเทคโนโลยีมาประยุกต์เพิ่มความโปร่งใสของธุรกิจ เช่น Blockchain มาตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร



ส่งเสริมการผลิตแบบ Zero waste พร้อมทั้งนำผลิตภัณฑ์เหลือใช้มาแปรรูปเพิ่มมูลค่า



สนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย เช่น เศรษฐกิจหมุนเวียน การขนส่งเทคโนโลยีชีวภาพทางการเกษตร

“เงินฝืด” คืออะไร?

นิยามของคำว่า “เงินฝืด”

นิยามของคำว่า “เงินฝืด (Deflation)” ได้มีหน่วยงานต่าง ๆ ได้ให้คำจำกัดความไว้หลากหลาย เช่น กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund : IMF) กล่าวว่าภาวะเงินฝืดคือการลดลงอย่างต่อเนื่องของระดับราคาโดยรวมซึ่งพิจารณาจากดัชนีราคาผู้บริโภค ในทางทฤษฎี การลดลงของระดับราคาหนึ่งหรือสองไตรมาส ถือว่าเป็นภาวะเงินฝืดแล้ว แต่ยังไม่น่ากังวลเนื่องจากเป็นภาวะเงินฝืดที่ไม่รุนแรง ธนาคารกลางยุโรป (European Central Bank : ECB) กล่าวไว้ในสองมุมมอง ได้แก่ มุมมองแบบแคบ เงินฝืดคือภาวะที่อัตราเงินเฟ้อมีค่าต่ำกว่าศูนย์ เป็นระยะเวลาหนึ่งไตรมาส และ มุมมองแบบกว้าง ควรมีการพิจารณาถึงสาเหตุที่ทำให้เงินเฟ้อต่ำกว่าศูนย์ ซึ่งควรครอบคลุมบริบทต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค นอกจากนี้ นักเศรษฐศาสตร์จำนวนมากได้แสดงความคิดเห็นต่อนิยาม เช่น Ben S Bernanke อดีตผู้ว่าการธนาคารกลางสหรัฐฯ กล่าวว่าภาวะเงินฝืดหมายถึงการลดลงของราคาสินค้าและ

บริการโดย “ทั่วไป” เป็นวงกว้าง โดยอาจพิจารณาจากดัชนีราคาผู้บริโภคที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง และ Glenn Stevens อดีตผู้ว่าการธนาคารกลางออสเตรเลีย กล่าวว่าภาวะเงินฝืดเป็นภาวะที่ราคาสินค้าและบริการส่วนใหญ่ลดลงอย่างต่อเนื่อง มักเกิดพร้อม ๆ กับการลดลงของราคาอสังหาริมทรัพย์ ค่าแรงและค่าจ้าง อย่างไรก็ตามการลดลงของราคาสินค้าและบริการบางอย่าง (ส่วนน้อย) จะไม่ถือว่าเป็นภาวะเงินฝืด

เมื่อพิจารณาคำจำกัดความหรือนิยามตามข้างต้นแล้ว จะเห็นว่าสาระสำคัญของภาวะเงินฝืดประกอบด้วย อัตราเงินเฟ้อต้องติดลบ (ต่ำกว่า 0) หดตัวต่อเนื่องเป็นระยะเวลาหนึ่ง และราคาสินค้าและบริการที่ลดลงต้องเป็นรายการส่วนใหญ่ไม่ใช่เฉพาะบางรายการ ประเด็นที่น่าสนใจคือความต่อเนื่องของระยะเวลาที่ลดลงของเงินเฟ้อนั้นควรเป็นระยะเวลาเท่าใด ซึ่งมีเพียงธนาคารกลางยุโรปเท่านั้น ที่ระบุระยะเวลาไว้ชัดเจนที่ 1 ไตรมาส



“เงินฝืด” เกิดจากอะไร?

ภาวะเงินฝืดในระบบเศรษฐกิจ นักเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่จำแนกสาเหตุสำคัญออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

ด้านอุปทาน

เกิดจากการเพิ่มขึ้นของอุปทานมวลรวมหรือความต้องการขายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น จากการผลิตเพิ่มขึ้น จนเกินความต้องการ หรือผลิตภาพการผลิต (Productivity) ทั้งที่เกิดจากการลดลงของปัจจัยการผลิตโดยตรง หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการผลิตที่ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

ด้านอุปสงค์

เกิดจากการลดลงของอุปสงค์มวลรวมหรือความต้องการซื้อสินค้าและบริการลดลง ซึ่งอาจเกิดจากการลดลงของกำลังซื้อ (จากภาระหนี้ครัวเรือนเพิ่มขึ้น รายได้สุทธิครัวเรือนลดลง การว่างงาน การเข้มงวดของสินเชื่อ และสภาพคล่อง เป็นต้น) หรือความต้องการซื้อที่แท้จริงลดลง (จากการคาดว่าราคาสินค้าและบริการในอนาคตจะลดลง ความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจที่ลดลง ทำให้มีการชะลอหรือลดการบริโภค)

“เงินฝืด” ส่งผลอะไรบ้าง?

การลดลงของระดับราคาอาจดูเหมือนเป็นสิ่งที่ดีสำหรับผู้บริโภคเนื่องจากมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามต้องพิจารณาถึงสาเหตุของการลดลงของราคาสินค้าและบริการว่ามาจากอุปทานหรืออุปสงค์ ดังนี้

เงินฝืดด้านอุปทาน

โดยความต้องการและกำลังซื้อยังปกติ ขณะที่ราคาสินค้าและบริการลดลงจากต้นทุนที่ลดลงหรือปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น จนกระทั่งราคาและความต้องการเข้าสู่จุดสมดุลใหม่ โดยโครงสร้างของการผลิต (ทั้งรูปแบบและต้นทุน) ไม่เปลี่ยนแปลงอย่างถาวร จะทำให้ภาวะเงินฝืดในกรณีนี้ผันผวนตามภาวะการผลิตและต้นทุน ส่วนมากจะพบในกรณีที่ผลผลิตการเกษตรหรือราคาพลังงานลดลงรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงข้าม หากโครงสร้างการผลิตมีการเปลี่ยนแปลงถาวรจะทำให้เงินฝืดในกรณีนี้กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ซึ่งในทางเทคนิคต้องมีการปรับโครงสร้างและปฏิฐานของดัชนีราคาผู้บริโภคเพื่อให้สะท้อนความเป็นจริงโดยสรุปแล้ว เงินฝืดที่เกิดจากอุปทานอาจส่งผลดีและผลเสียในเวลาเดียวกัน ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและมักส่งผลกระทบต่อเป็นรายสาขามากกว่าส่งผลกระทบต่อทั่วไป

เงินฝืดด้านอุปสงค์

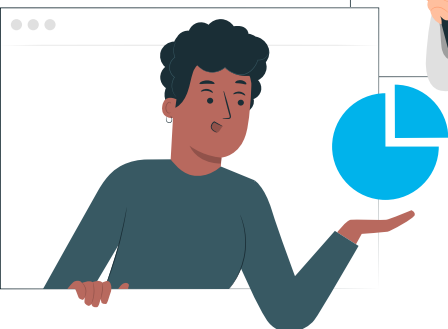
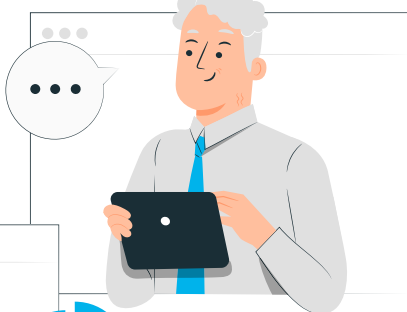
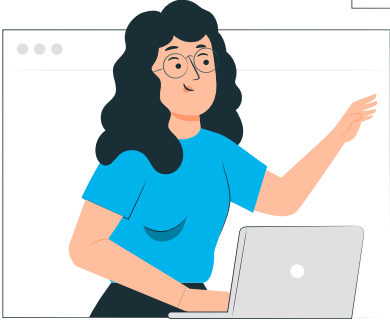
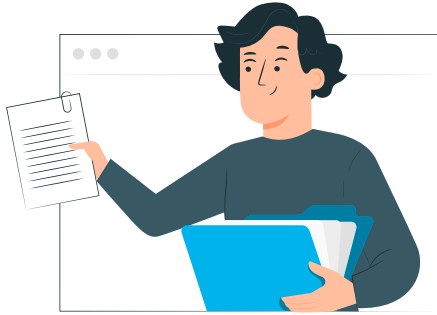
จากการลดลงของอุปสงค์หรือความต้องการการบริโภค มักส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างมากและเป็นวงกว้าง ส่วนใหญ่เกิดจากการลดลงของรายได้ กำลังซื้อ การลงทุน การจ้างงาน และปัจจัยลบอื่นๆ ซึ่งหากเกิดขึ้นต่อเนื่องจะส่งผลให้ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่าย ทำให้เงินฝืดรุนแรงยิ่งขึ้น และนำไปสู่วงจรของภาวะเงินฝืดที่หลุดพ้นได้ยาก ก่อให้เกิดปฏิกิริยาลูกโซ่ที่นำไปสู่การลดลงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งจะสะท้อนต่ออัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Growth rate) และเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจอื่น ๆ



แล้วจะแก้ไข “เงินฝืด” อย่างไร?

ด้านอุปทาน

โดยทั่วไปผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์เนื่องจากราคาสินค้าและบริการลดลงทำให้กำลังซื้อเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม อาจต้องมีมาตรการช่วยเหลือผู้ผลิตในสาขาที่ได้รับผลกระทบ (อาทิ กลุ่มเกษตรกร) ให้มีรายได้เป็นปกติ โดยอาจใช้มาตรการชั่วคราวผ่านนโยบายการคลังเพื่อชดเชยรายได้หรือใช้นโยบายการเงินเพื่อลดภาระสินเชื่อ นอกจากนี้ อาจใช้มาตรการสนับสนุนให้ความต้องการใช้เพิ่มขึ้นหรือลดกำลังการผลิตในสินค้าที่มีปัญหา ซึ่งต้องพิจารณาอย่างเหมาะสมและระมัดระวังเพื่อมิให้เกิดปัญหาใหม่



ด้านอุปสงค์

แก้ไขได้ด้วยการเพิ่มอุปสงค์ ซึ่งมีหลากหลายและต้องดำเนินการให้สอดคล้องกัน ทั้งมาตรการทางการเงินและการคลัง ดังนี้



การเพิ่มสภาพคล่อง

รัฐสามารถเพิ่มปริมาณเงินในระบบผ่านมาตรการทางการเงิน (อาทิ ลดดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน และผ่อนคลายการปล่อยสินเชื่อ/การเคลื่อนย้ายเงินทุน) หรือผ่านมาตรการทางการคลัง (อาทิ ลดภาษีผ่อนปรนระเบียบ ให้เงินอุดหนุน และการซื้อคืนพันธบัตร) เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินและเพิ่มกำลังซื้อ



การเพิ่มอุปสงค์

ด้วยการเพิ่มการลงทุนภาครัฐหรือสนับสนุนการลงทุนภาคเอกชน ผ่านมาตรการทั้งทางการเงินและการคลัง รวมทั้งสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ซึ่งจะให้เกิดการจ้างงาน รายได้ และความต้องการสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น



การสร้างสภาพแวดล้อม

ที่เอื้อต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ปรับปรุงระเบียบและกฎหมายต่าง ๆ ที่สนับสนุนและเอื้อต่อการประกอบธุรกิจ การจ้างงาน การลงทุน และการส่งออก รวมทั้ง สร้างโอกาสทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจมีรายได้และเกิดการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจให้มากขึ้นสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น

เทคโนโลยีและ ธุรกิจยุคใหม่ ABCDEF

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ให้ความสำคัญและดำเนินการส่งเสริมเรื่องเทคโนโลยีและเศรษฐกิจยุคใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจไทยสามารถยกระดับและปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจการค้าโลกในอนาคต โดยการส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยียุคใหม่ที่สำคัญ ได้แก่ AI, Blockchain, Cloud, Data, E-Business และ platform หรือ ABCDEF ได้แก่

A

AI (Artificial Intelligence) หรือ ปัญญาประดิษฐ์

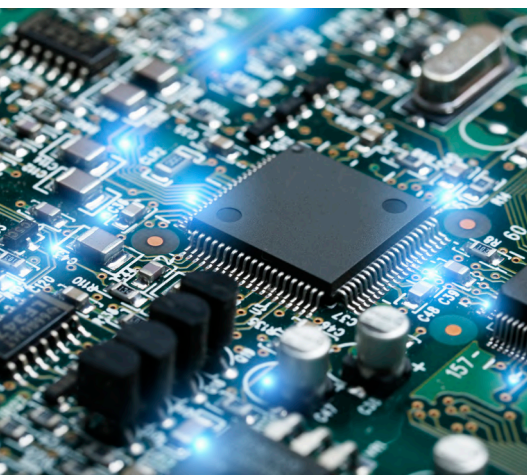
โปรแกรมที่เขียนขึ้นเพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถทำความเข้าใจ เรียนรู้ วิเคราะห์ และประมวลผลต่าง ๆ อย่างอัตโนมัติ โดยมีรูปแบบการทำงาน 5 ลักษณะ ได้แก่

- 1 | การวิเคราะห์และอธิบายเบื้องต้น (Describe)
- 2 | การพยากรณ์ (Predict)
- 3 | การทำงานอัตโนมัติ (Automate)
- 4 | การจัดประเภท (Classify)
- 5 | การให้คำแนะนำ (Prescribe)

B

Blockchain

คือ ระบบการกระจายฐานข้อมูล (Distributed Ledgers) ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและป้องกันการปลอมแปลงข้อมูล รวมทั้งการมีสัญญาอัจฉริยะ (Smart Contracts) ช่วยให้ดำเนินการตามสัญญาอย่างอัตโนมัติ ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการหลอกลวง ป้องกันหรือแก้ไขปัญหาข้อพิพาทระหว่างกันได้มากขึ้น เพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินการ โดยข้อมูลที่จัดเก็บแบบกระจายทำให้ยากต่อการเปลี่ยนแปลงหรือบิดเบือนข้อมูล สามารถตรวจสอบที่มาหรือติดตามข้อมูลการทำธุรกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า



C

Cloud

คือ การให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผู้ใช้งานสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้อย่างอิสระ มีความยืดหยุ่นสูง คิดค่าใช้บริการตามการใช้งานจริง และใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต

D

Data หรือ ข้อมูล

คือ ข้อเท็จจริงต่างๆ ที่ยังไม่ผ่านการประมวลผล ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของตัวเลข ตัวหนังสือ รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว

E

E-Business หรือธุรกิจดิจิทัล

คือ การดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต อาทิ การค้าออนไลน์ (E-Commerce) ธุรกิจบริการออนไลน์ (E-Service) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)

F

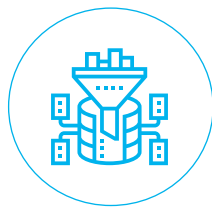
Platform

คือ รูปแบบธุรกิจที่ใช้ Digital Platform ในการดำเนินธุรกิจ รองรับ E-Business รูปแบบต่าง ๆ โดยมีการศึกษาภายใต้ชื่อ The Rise of the Platform Enterprise แบ่งประเภทของ Platform ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่



Innovation Platform

ที่เปิดโอกาสให้บริษัทหรือบุคคลอื่นได้พัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ แล้วนำมาวางไว้ใน Platform ของตนเอง ทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ต่อยอดกันไปเรื่อย ๆ เช่น Apple iOS หรือ Google Android



Transaction Platform

เป็นลักษณะตลาดกลางเสมือนจริง ที่เปิดโอกาสให้ผู้ซื้อและผู้ขายพบกันและเกิดการซื้อขายสินค้าหรือบริการระหว่างกัน ซึ่ง Platform ลักษณะนี้เป็นตัวกระตุ้นที่นำไปสู่ Sharing Economy ในหลายอุตสาหกรรม เช่น Uber Grab Airbnb



Integration Platform

เป็นพวกบริษัทใหญ่ ๆ ที่มีทั้งแบบ Innovation และ Transaction platform รวมกัน เช่น Apple กับ Google เน้นนวัตกรรม แต่ขณะเดียวกันก็เป็นตลาดกลางให้ผู้ซื้อผู้ขายมาพบกัน



Investment platform

เช่น บริษัทหรือนักลงทุนที่เน้นการเข้าไปลงทุนในบริษัทที่ใช้ Platform เช่น Priceline Group ที่เน้นเรื่องการท่องเที่ยวและเดินทางเข้าไปลงทุนใน Priceline, Kayak, Open Table เป็นต้น





โควิด-19 ไวรัสเปลี่ยนโลก

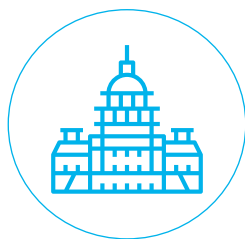
วันที่ 31 มกราคม 2563 องค์การอนามัยโลก ประกาศให้การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ ทำให้หลายประเทศต้องยกระดับข้อจำกัดการเดินทางและการค้า และนำมาตราการ “รักษาระยะห่างทางสังคม” มาปรับรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจการค้า ในภาวะระมัดระวังการแพร่ระบาด ทั้งนี้ แม้ว่าทางการแพทย์จะเร่งคิดค้นวัคซีนตั้งแต่ มกราคม 2563 แต่คาดว่าจะใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 18 เดือน (ประมาณกันยายน 2564) กว่าวัคซีนจะพร้อมใช้งาน และผลิตเพียงพอ และประเทศต่าง ๆ อาจจำเป็นต้องใช้มาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศต่อไปอย่างน้อย 1 – 2 ปี (จนถึงปลายปี 2564 – ต้นปี 2565) โดยที่ยังคงต้องดำเนินการผ่อนคลามาตรการต่าง ๆ อย่างระมัดระวัง

ผลกระทบต่อโลกในอนาคต



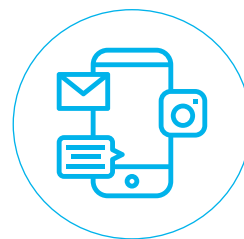
เศรษฐกิจ

เศรษฐกิจการค้าโลกชะงักงัน ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน เป็นปัจจัยเร่งกระบวนการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน หันมาพึ่งพาห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาคหรือในประเทศเพิ่มขึ้น



ภูมิรัฐศาสตร์

การประสบความสำเร็จในการรับมือ Covid-19 ส่งเสริมบทบาทความเป็นผู้นำโลกของจีน นอกจากนี้ ยังเกิดการเร่งกระบวนการจัดระเบียบโลกใหม่ที่โน้มเอียงสู่ลัทธิชาตินิยม และคงมาตรการป้องกันตนเองเมื่อวิกฤตสิ้นสุด



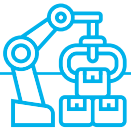
สังคมและเทคโนโลยี

มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคมได้เปลี่ยนพฤติกรรมบุคคล โดยให้ความสำคัญกับสาธารณสุข และเกิดความคุ้นเคยกับสังคมดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งสร้างโอกาสให้กับการพัฒนาธุรกิจเกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

การผลิต

กระทบวัตถุดิบ/ปัจจัยการผลิต
ชั้นกลางโดยเฉพาะการนำเข้า
จากจีน เช่น ยางและพลาสติก



การส่งออก

จากมาตรการควบคุมการ
แพร่ระบาด ส่งผลให้การ
ขนส่งและโลจิสติกส์ที่ล่าช้า
กระทบการส่งออกวัตถุดิบ
สินค้าชั้นกลาง



การท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมาก
ส่งผลต่อธุรกิจต่อเนื่อง เช่น
โรงแรม ร้านอาหาร และการ
ขนส่งทางอากาศ



การบริโภค

การหยุดกิจกรรมทาง
เศรษฐกิจอย่างฉับพลัน
ส่งผลต่อการขาดสภาพคล่อง
ของธุรกิจและครัวเรือน
รวมถึงการชำระหนี้



ช่วงโควิด
หลังโควิด

ไทยอาจได้รับประโยชน์จาก
การย้ายฐานการผลิตของ
นักลงทุนต่างชาติออกจากจีน
เพื่อกระจายความเสี่ยง

สินค้ากลุ่มอาหาร มีโอกาส
ขยายตัวดียิ่งขึ้นจากความ
ต้องการความมั่นคงทาง
อาหาร

นักท่องเที่ยวอาจมีการปรับ
พฤติกรรม เช่น นิยมท่องเที่ยว
ระยะใกล้ และระบบการ
ชำระเงินแบบดิจิทัล เป็นต้น

ผู้บริโภคจะมีเลือกซื้อสินค้า/
บริการผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น
โดยกลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม
และสุขภาพ มีแนวโน้ม
ฟื้นตัวเร็ว

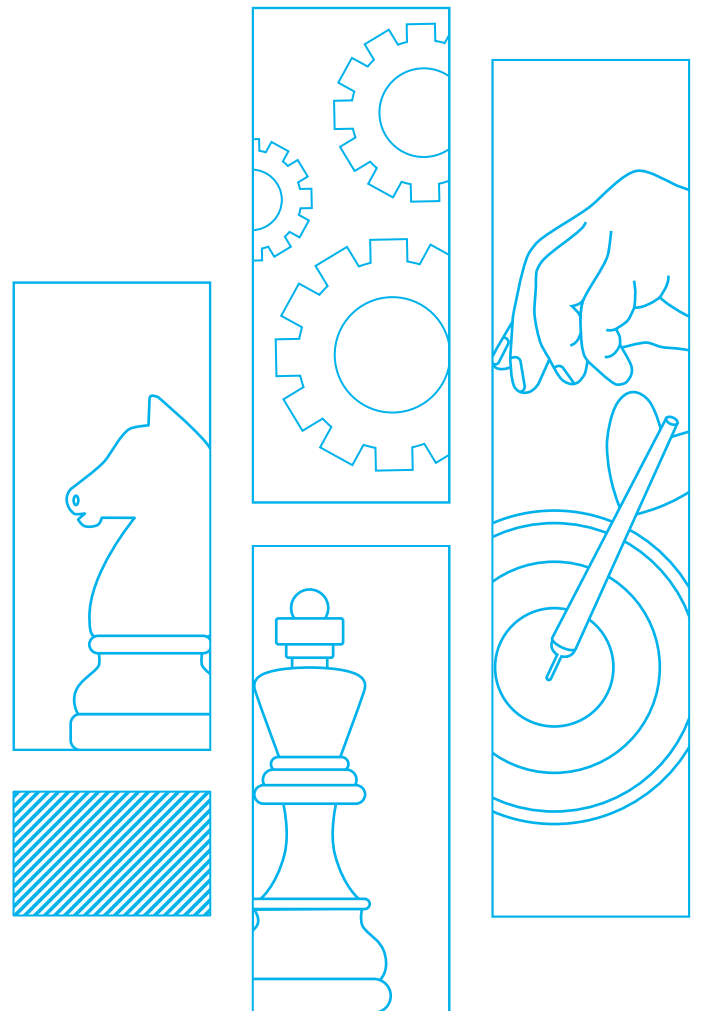
ข้อเสนอการดำเนินการของภาครัฐ รวมถึงกระทรวงพาณิชย์

การมุ่งส่งเสริมการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ทั้งฝั่งอุปสงค์และอุปทาน

โดยสนับสนุนธุรกิจที่กลับมาเกิดใหม่ การใช้จ่ายในประเทศ
และการจ้างงาน

การทบทวนตำแหน่งยุทธศาสตร์ทางการค้าระหว่างประเทศ
ผ่านการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และความร่วมมือ และปรับ
ห่วงโซ่อุปทานให้ยืดหยุ่น

การทบทวนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศและยุทธศาสตร์
โดยมุ่งเน้นการสร้างการแข่งขันของเศรษฐกิจภายในประเทศ
และท้องถิ่นมากขึ้นที่ 1 ไตรมาส



ภาพกิจกรรม การดำเนินงาน ของ สนค.



ทิศทางโครงสร้างเศรษฐกิจไทยหลังโควิด-19



วันเด็ก



วันลอยกระทง



วันต่อต้านคอร์ปชั่นสากล



โครงการฝึกอบรมหลักสูตรจิตอาสา 904



 การสัมมนา สนค. ณ จังหวัดระยอง



 พาณิชย์ยัคคุณธรรม



 สนค. ปันสุข



 ศึกษาดูงานการรีไซเคิลขยะ



งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2563

หน่วย : บาท

	2563	2562
สินทรัพย์		
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	2,331,931.30	2,458,456.42
ลูกหนี้ระยะสั้น	1,464,685.11	1,805,938.00
วัสดุคงเหลือ	418,036.43	563,827.20
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,214,652.84	4,828,221.62
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	36,696,324.78	45,594,659.95
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	38,285,931.49	49,764,862.62
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	74,982,256.27	95,359,522.57
รวมสินทรัพย์	79,196,909.11	100,187,744.19
หนี้สิน		
หนี้สินหมุนเวียน		
เจ้าหนี้ระยะสั้น	5,849,729.41	7,391,964.56
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะสั้น	326.96	-
เงินรับฝากระยะสั้น	1,755,711.41	2,004,706.42
รวมหนี้สินหมุนเวียน	7,605,767.78	9,396,670.98
หนี้สินไม่หมุนเวียน		
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะยาว	110,628.83	99,964.45
เงินอุดหนุนราชการรับจากคลังระยะยาว	600,000.00	600,000.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	710,628.83	699,964.45
รวมหนี้สิน	8,316,396.61	10,096,635.43
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	70,880,512.50	90,091,108.76
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสะสม	70,880,512.50	90,091,108.76
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	70,880,512.50	90,091,108.76

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2563

หน่วย : บาท

	2563	2562
รายได้		
รายได้จากงบประมาณ	151,872,001.84	165,422,896.51
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	9,000.00	-
รายได้จากการอุดหนุนและบริจาค	210,067.62	66,061.55
รายได้อื่น	-	100.00
รวมรายได้	152,091,069.46	165,489,058.06
ค่าใช้จ่าย		
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	62,859,348.17	60,570,032.05
ค่าบำเหน็จบำนาญ	8,802,169.15	6,334,588.43
ค่าตอบแทน	120,600.00	199,432.00
ค่าใช้จ่ายสอย	50,066,794.76	66,027,805.31
ค่าวัสดุ	1,139,944.29	921,242.81
ค่าสาธารณูปโภค	2,041,590.45	2,124,899.85
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	36,708,039.90	33,435,234.59
ค่าใช้จ่ายอื่น	9,563,179.00	11.00
รวมค่าใช้จ่าย	171,301,665.72	169,613,246.04
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ	(19,210,596.26)	(4,124,187.98)

รายได้แผ่นดิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2563

หน่วย : บาท

	2563	2562
รายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ		
รายได้แผ่นดิน - ภาษี	-	-
รายได้แผ่นดิน - นอกจากภาษี	194,998.85	183,378.85
รวมรายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ	194,998.85	183,378.85
หัก รายได้แผ่นดินถอนคืนจากคลัง	-	-
รายได้แผ่นดินจัดสรรตามกฎหมาย	-	-
รายได้แผ่นดินที่จัดเก็บสุทธิ	194,998.85	183,378.85
รายได้แผ่นดินนำส่งคลัง	(194,671.89)	(183,378.85)
รายได้แผ่นดินรอนำส่งคลัง	326.96	-
ปรับ รายได้แผ่นดินรอนำส่งคลัง	(326.96)	-
รวมรายได้แผ่นดินสุทธิ	-	-
รายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ		
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	5,800.00	17,745.00
รายได้ดอกเบี้ย	2,304.66	1,903.54
รายได้ค่าปรับ	651.00	1,400.00
รายได้เงินเหลือจ่าย	186,243.19	162,330.31
รวมรายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ	194,998.85	183,378.85

ช่องทางเผยแพร่ ข่าวสาร สนค.

Search หรือ Scan Qr Code

Facebook Fanpage

@TPSO.MOC



Official LINE Account

@TPSO.Tradeinsights



TPSO Website

www.tpsoc.moc.go.th



TPSO ETID Economic and Trade

www.price.moc.go.th



TPSO Journal

www.tpsoc.moc.go.th/
journal_monthly





สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.)

563 ถนนพหลโยธิน ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

โทร. 0 2507 7895 | โทรสาร 0 2507 5806