

Special Report

- + ข้อเสนอการปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย
ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล
- + Startup แนวธุรกิจใหม่ของคนรุ่นใหม่
นำ CLMVT ไปสู่ยุคใหม่



+ Special Talk

เศรษฐกิจที่เติบโตบนความยั่งยืน
ความจำเป็นในโลกปัจจุบัน



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

■ และแล้วก็ก้าวเข้าสู่เดือนสุดท้ายของปี หลังจากที่คุณเหนื่อยกับการทำงานมาตลอดทั้งปี ช่วงนี้จึงน่าจะเป็นเวลาดีๆ ที่เราจะได้พักผ่อน ชาร์ตพลัง พร้อมก้าวเข้าสู่ศักราชใหม่ด้วยพลังเต็มเปี่ยมอีกครั้ง

เวลาที่หมุนไปอย่างรวดเร็ว ไปพร้อมๆ กับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของโลกรอบตัวเรา เป็นการบังคับอย่างกลายๆ ให้เราต้องปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่ตลอดเวลา การรับมือกับความไม่แน่นอนด้วยการสร้างความยั่งยืนจึงเป็นอีกหนึ่งกระแสแห่งการพัฒนาในยุคนี้ ที่เราจำเป็นต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและโลกของเรา **Special Talk** ฉบับนี้จึงอยากชวนทุกท่านมาพูดคุยกันในประเด็นการสร้าง**เศรษฐกิจที่เติบโตบนความยั่งยืน ความจำเป็นในโลกปัจจุบัน** การลดการทำลายสิ่งแวดล้อมและการใช้เทคโนโลยีเปลี่ยนชีวิต

ส่วนการส่งออกของไทยมีข่าวดีว่ากลับมาอยู่ในแดนบวกอีกครั้ง ที่ร้อยละ 8.7 ซึ่งขยายตัวในทุกตลาด รวมทั้งสหรัฐฯ ทั้งนี้ นโยบายทรัมป์ที่ผันผวนรายวันกลับเป็นแรงผลักดันให้เงินและผู้นำหันมาจับมือกันด้วยนโยบาย 2+1 โดยมีเป้าหมายการเพิ่มการลงทุนในประเทศที่สาม โดยไทยเป็นหนึ่งในเป้าหมายยุทธศาสตร์การลงทุนในพื้นที่ EEC จุดนี้จะเป็นจุดพลิกผันของไทยในการร่วมมือกับทั้งสองประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจนี้ โดยเฉพาะการพัฒนาด้านดิจิทัลและอุตสาหกรรมแห่งอนาคต ซึ่งหวังว่าปีหน้าจะเป็นปีทองของไทยแห่งการบุกตลาดจีนและอาเซียนรับนักลงทุน **Special Report** เรื่องแรกเราจึงมี**ข้อเสนอการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล** ว่าการที่จะต้องปรับตัวก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลควรต้องปรับปรุงระบบนิเวศด้านดิจิทัลทั้งระบบ โดยเฉพาะด้านกฎหมายอย่างไรบ้าง และเรื่องที่สอง **Startup แนวธุรกิจใหม่ของคนรุ่นใหม่ นำ CLMVT ไปสู่ยุคใหม่** ซึ่งจะเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนเพื่อยกระดับผู้ประกอบการทั้งไทยและ CLMV ให้เติบโตไปด้วยกันทั้งภูมิภาค

สุดท้ายนี้ ในนามของพวกเราชาว สนค. ขอกราบอวยพรให้ผู้อ่านทุกท่านประสบแต่ความสุขในช่วงเทศกาลสิ้นปีนี้ พักผ่อนอย่างเต็มที่ เดินทางโดยสวัสดิภาพ แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้า

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

วารสาร สนค.

ปีที่ 9 ฉบับที่ 89 ธันวาคม 2561

www.tpsoc.moc.go.th

Contents

03 Special Talk

เศรษฐกิจที่เติบโตบนความยั่งยืน
ความจำเป็นในโลกปัจจุบัน

04 Special Report

ข้อเสนอการปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย
ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล

06 Special Report

Startup แนวธุรกิจใหม่ของคนรุ่นใหม่
นำ CLMVT ไปสู่ยุคใหม่

08 Economic Indicator

ภาพรวมเศรษฐกิจ

10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย: ตุลาคม 2561

11 Commodities & FX

สถานการณ์ราคาทองคำ
ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร:
พฤศจิกายน 2561

12 Global News

ทุเรียน: ทัพหน้าสู้มหาอำนาจด้านผลไม้

Getting Around with TPSO



■ เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2561 นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เป็นวิทยากรบรรยาย หัวข้อ “Global think local” และ “ยุทธศาสตร์ Local to global” ให้แก่เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพาณิชย์จังหวัด (ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้ และภาคใต้ชายแดน) และเจ้าหน้าที่จากส่วนกลางของกระทรวงพาณิชย์ ในการฝึกอบรมหลักสูตร “การแปลงยุทธศาสตร์ชาติลงสู่ภาคปฏิบัติในระดับพื้นที่” ครั้งที่ 1 ณ โรงแรมรอยัล ริเวอร์ แคว รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดกาญจนบุรี จัดโดยกองบริหารการพาณิชย์ภูมิภาค สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการแปลงยุทธศาสตร์ลงสู่ภาคปฏิบัติในระดับพื้นที่ และเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดทำแผนงาน/โครงการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ให้มีความสอดคล้องกับเป้าประสงค์ตามพันธกิจของกระทรวงพาณิชย์ โดย ผอ.สนค. ได้ให้ทิศทางและบทบาทการดำเนินงานของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดว่า ในสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สำนักงานพาณิชย์จังหวัดควรมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดควรค้นหา จุดแข็ง/จุดเด่น และอัตลักษณ์ของจังหวัดตนเองเพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้า การเปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Demand Driven และ Value Creation) อาทิ เปลี่ยนจากเกษตรแบบดั้งเดิม เป็น Smart Farming, เปลี่ยน SMEs สู่ Smart Enterprises, Startups และตลาดนำการผลิตและสร้างสรรค์คุณค่า โดยนำหลักการตลาด 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) และ 4Cs (Consumer-Cost-Communication-Convenience) มาใช้พัฒนาสินค้าในจังหวัดเพื่อสามารถแข่งขันและส่งออกสู่ต่างประเทศได้



เศรษฐกิจที่เติบโตบนความยั่งยืน ความจำเป็นในโลกปัจจุบัน

■ ทุกวันนี้เราทุกคนต่างทราบกันดีถึงภาวะการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของโลก ทั้งเทคโนโลยี สังคม และสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาของหุ่นยนต์แทนที่แรงงาน AI ที่เข้ามาเปลี่ยนโฉมหน้าทุกวงการ ช่องว่างความเหลื่อมล้ำที่มีแนวโน้มขยายวงกว้าง การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลกในขณะที่ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดลดลง ภาวะโลกร้อนและภัยธรรมชาติ ซึ่งทุกสิ่งล้วนมีความเชื่อมโยงและส่งผลกระทบต่อเราทุกคนอย่างเห็นเป็นห่วงโซ่ อย่างไรก็ตาม ความเคยชินทำให้เรายังคงมองว่าสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องของอนาคต แต่เราอาจต้องเริ่มอุทิศใจแล้วถามตัวเองว่า ตอนนี้โลกของเราอยู่ตรงจุดไหนแล้ว

ประชากรโลกเพิ่ม ตัวหารทรัพยากรเพิ่ม จากการคาดการณ์ของสหประชาชาติ ประชากรโลกในปี ค.ศ. 2017 มีจำนวนกว่า 7 พันล้านคน โดยร้อยละ 63 อยู่ในทวีปเอเชีย และจะเพิ่มเป็นกว่า 1 หมื่นล้านคน ในสิ้นปี ค.ศ. 2100 หรือเพิ่มขึ้น 1.5 เท่าในระยะเวลา 80 ปี โดยร้อยละ 45 อยู่ในทวีปเอเชีย และร้อยละ 42 อยู่ในทวีปแอฟริกา ทั้งนี้ จะมีการขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization) มากขึ้น คาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2050 หรืออีก 35 ปีข้างหน้า ประชากรเมืองของโลกจะคิดเป็นร้อยละ 66 (ในส่วนของไทยร้อยละ 73) นั้นหมายถึงปริมาณการบริโภคทรัพยากรต่างๆ จะยิ่งเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

ขยะล้นโลกไม่ไกลเกินจริง จากผลการศึกษาของธนาคารโลก พบว่า ในเขตเมืองและแหล่งอุตสาหกรรมมีปริมาณการผลิตขยะต่อคนมากกว่าชนบท มีการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2025 อัตราการผลิตขยะต่อคนจะเฉลี่ยอยู่ที่ 1.42 กิโลกรัมต่อวัน ปริมาณขยะโลกจะเพิ่มเป็น 2.2 พันล้านตัน (เทียบเท่าพื้นที่ครึ่งหนึ่งของมาเก๊า) ซึ่งมีทั้งขยะพลาสติกซึ่งย่อยสลายยาก ขยะพิษ และขยะอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะมีอัตราการผลิตขยะมากที่สุด โดยเฉพาะประเทศจีนที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจสูงอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ปริมาณขยะจากขวดพลาสติก (PET) ในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 2016 - 2020 มีจำนวนถึง 83,000 ล้านขวด แต่ขวดที่เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลมีจำนวนต่ำกว่า 50% ส่วนที่เหลือจะใช้เวลาอีก 450 ปีในการย่อยสลาย

การผลิตและการบริโภคเกินความต้องการ ภายใต้ปริมาณขยะล้นโลกนั้น เราสามารถมองลงไปเห็นที่มาของการผลิตและการบริโภคที่เกินขอบเขตความต้องการที่แท้จริง ส่งผลให้มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างไม่สมดุล มีการเปรียบเทียบว่าการบริโภคพลังงานโลกในแต่ละวันเทียบเท่ากับการเกิดระเบิดปรมาณูที่ฮิโรชิมา 4 แสนครั้ง¹ อุตสาหกรรมการเลี้ยงสัตว์ที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม การแปลงพื้นที่ป่าเพื่อทำการเกษตร อุตสาหกรรมทางเศรษฐกิจและการขนส่ง การใช้สารเคมีในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารเพื่อให้ได้ผลผลิตสูง และสุดท้ายสิ่งเหล่านั้นย้อนกลับมาส่งผลกระทบต่อตัวเราซึ่งเป็นผู้บริโภค ทั้งปัญหาสุขภาพและภาวะโลกร้อนที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและสภาพภูมิอากาศแปรปรวน (Climate change) ภาควิชาการต่างออกแถลงการณ์ภาวะวิกฤติของสภาพภูมิอากาศโลกว่า ในอีก 12 ปีต่อจากนี้ อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกอาจสูงขึ้น 1.5 องศาเซลเซียส อุณหภูมิโลกจะเพิ่มขึ้นถึงระดับอันตรายในอีกราว 80 ปีข้างหน้า หากไม่มีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเร่งด่วน นั้นหมายถึงว่าหากเรายังคงใช้ชีวิตประจำวันเช่นนี้ต่อไป ในช่วงอายุของเราทุกคนจะได้เผชิญกับภาวะแล้งจัด อุทกภัย และการขาดแคลนอาหารอย่างแน่นอน

หนทางไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในภาวะที่ทุกประเทศต่างมุ่งแข่งขันการยกระดับทางเศรษฐกิจเพื่อสู่ยุคของเศรษฐกิจใหม่นั้น ถึงเวลาแล้วที่ต้อคำนึงถึงความยั่งยืนควบคู่ไปด้วย องค์การสหประชาชาติ (UN) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable

Development Goals: SDGs) ไว้ 17 เป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางให้ประเทศต่างๆ นำไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ดี ตามรายงาน SDGs Index 2018 พบว่าประเทศ 5 อันดับแรก (จาก 156 ประเทศ) ได้แก่ สวีเดน เดนมาร์ก ฟินแลนด์ เยอรมนี และฝรั่งเศส ที่มีความคืบหน้าตามเป้าหมาย SDGs มากที่สุดตามลำดับ แต่ประเทศส่วนใหญ่ยังคงมีความเสี่ยงที่จะไม่บรรลุเป้าหมาย SDGs โดยเฉพาะประเทศมหาอำนาจการผลิต เช่น สหรัฐฯ (อันดับ 35) จีน (อันดับ 54) และรัสเซีย (อันดับ 63) สำหรับไทยอยู่ในอันดับที่ 59 ดังนั้น การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่เป้าหมายอาจไม่ใช่นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มมูลค่าและผลผลิตเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่เป็นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสร้างความยั่งยืนและยกระดับคุณภาพชีวิตด้วย อาทิ

1) **ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)** ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพในการจัดการของเสียจากการผลิตและการบริโภคทั้งระบบ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตใหม่ ใช้อุปกรณ์ และการแปลงขยะให้มีมูลค่า

2) **เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Technology²)** ได้แก่ (1) เคมีสีเขียว (Green Chemistry) (2) พลังงานสะอาด (Green Energy) (3) อาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Building) (4) ไอทีสีเขียว (Green IT) อาทิ การรีไซเคิลและประหยัดพลังงาน (5) พาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Vehicles) (6) ฉลากสีเขียว (Green Label) และ (7) คาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint)

3) **การวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนของโลก (R&D and STI for sustainable world³)** เช่น การผลิตอาหารแห่งอนาคต (อาทิ พัฒนาเนื้อเทียมทดแทนการบริโภคเนื้อสัตว์) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้ระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) ช่วยลดการใช้กระดาษ และเพิ่มความโปร่งใส เป็นต้น

4) **ปัญญาประดิษฐ์มีส่วนช่วยสร้างความยั่งยืนทั้งทางตรงและทางอ้อม (AI for sustainability⁴)** ตัวอย่างเช่น (1) การบริการจัดการเมือง (Smart City) เช่น การควบคุมการจราจร ซึ่งนำไปสู่การลดการสิ้นเปลืองพลังงาน (2) การควบคุมการทำประมงแบบไม่ยั่งยืน โดยตรวจสอบปริมาณสัตว์น้ำ และตรวจสอบสถานะวิกฤติทางทะเลจากปริมาณพลวงตอน เพื่อแก้ปัญหาได้ทันเวลา (3) การทำเกษตรสมัยใหม่ เช่น ปลูกต้นไม้ โดยใช้ AI และ internet of thing (อาทิ การรวบรวมฐานข้อมูลสภาพดินฟ้าอากาศ การวินิจฉัยโรคพืช และช่วงเวลาเก็บเกี่ยว) (4) การตรวจสอบมลภาวะและภัยธรรมชาติ ทั้งทางน้ำและทางอากาศ ซึ่งรวมไปถึงการวิเคราะห์สาเหตุเพื่อแก้ปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ เป็นต้น

แน่นอนว่าการทำธุรกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืนจะส่งผลให้ต้นทุนในการประกอบธุรกิจสูงขึ้น แต่ก็สามารถมองเป็นโอกาสในการเกิดธุรกิจใหม่ หรือสร้างความได้เปรียบได้ ซึ่งการก้าวข้ามผ่านการเปลี่ยนผ่านนี้ ภาครัฐจำเป็นต้องเป็นผู้นำในการสร้างความเข้าใจและอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายอย่างเป็นขั้นตอน เริ่มจาก 1. การสร้างความรับรู้และความตระหนัก (Inform) ถึงเหตุผลความจำเป็นของการปรับเปลี่ยน เพื่อสร้างค่านิยมสู่ความยั่งยืน 2. เพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ภาคการศึกษา และภาคธุรกิจ (Involve) ส่งเสริมการทำธุรกิจ/ วิสาหกิจเชิงอนุรักษ์ โดยการให้สิทธิพิเศษเป็นสิ่งจูงใจ และมีมาตรการจูงใจ/ รัฐในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และ 3. เพิ่มระดับความเข้มงวด โดยออกเป็นกฎหมายบังคับใช้ (Enforce) ทั้งมาตรฐานในประเทศและการนำเข้า

¹ Professor James Edward Hansen
² ทวี เวชพฤดี

³ STI: Science, Technology, and Innovation
⁴ อ้างอิงข้อมูล Global Business Dialogue 2018

ข้อเสนอการปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล



■ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ดำเนินโครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและประกอบธุรกิจยุคใหม่ เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัลของไทยและนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยมีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีเป็นที่ปรึกษาโครงการฯ และดำเนินการเสร็จสิ้นเมื่อเดือนกันยายน 2561

ผลการศึกษามีข้อเสนอแนะว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลที่ควรปรับปรุงและพัฒนา รวม 14 ฉบับ แบ่งเป็นกฎหมายดิจิทัลโดยตรง 1 ฉบับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้า 13 ฉบับ ดังนี้

ข้อเสนอการปรับปรุงกฎหมายดิจิทัล

1) **พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553** (กฎหมายในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ) เสนอให้มีการกำหนดความเร็วขั้นต่ำของอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์เคลื่อนที่ ควรปรับขึ้นเป็นอย่างน้อยให้เท่ากับหรือมากกว่าค่าเฉลี่ยของโลกที่ Download 22.81 Mbps, Upload 9.13 Mbps จากปัจจุบันอยู่ที่ Download 13.16 Mbps, Upload 8.63 Mbps

ข้อเสนอการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้า

2) **พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499** (กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า) เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น จึงเสนอปรับแก้ไขกฎหมายมาตรา 19 โดยเพิ่มโทษปรับจากเดิม ปรับไม่เกิน 2,000 บาท และปรับรายวันไม่เกิน 100 บาท/วัน เป็นโทษปรับไม่เกิน 50,000 บาท และเพิ่มการกำหนดโทษทางปกครองควบคู่กับปัจจุบันที่เป็นโทษทางอาญาอย่างเดียว เนื่องจากโทษทางปกครองเหมาะสมกับกฎหมายรูปแบบใหม่เนื่องจากมีการพิสูจน์ที่น้อยกว่า สามารถลงโทษและป้องปรามการกระทำผิดได้ด้วยการกำหนดค่าปรับที่สูง ไม่มีขั้นตอนมาก และไม่เป็นการงบประมาณเหมือนโทษทางอาญา

3) **พ.ร.บ. หลักประกันทางธุรกิจ พ.ศ. 2558** (กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า) เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจดิจิทัล จึงเสนอปรับแก้ไขกฎหมายมาตรา 8 (6) โดยพิจารณาเพิ่มเติมหลักประกันที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล อาทิ ซอฟต์แวร์ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม และแอปพลิเคชัน เพื่อให้สามารถเป็นหลักประกันทางธุรกิจได้

4) **พ.ร.บ. สิทธิบัตร พ.ศ. 2522** (กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมทรัพย์สินทางปัญญา)

5) **พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534** (กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมทรัพย์สินทางปัญญา)

6) **พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537** (กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมทรัพย์สินทางปัญญา)

กฎหมายทั้ง 3 ฉบับ ควรตราบทบัญญัติเพิ่มเติม เพื่อกำหนดให้ความรับผิดชอบเรื่องการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเป็นความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างเจ้าของดิจิทัลแพลตฟอร์ม (ตลาด) และเจ้าของร้านที่นำสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจำหน่าย เพื่อส่งเสริมให้ดิจิทัลแพลตฟอร์มวางมาตรการในการคัดเลือกและตรวจสอบร้านค้าหรือสินค้าที่จะมาจำหน่ายในแพลตฟอร์มให้มากขึ้น และสำหรับ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ฯ เสนอให้ปรับแก้ไขกฎหมายมาตรา 32/2 โดยเพิ่มเติมมาตรการแจ้งเตือน (Red Flag) ให้ดิจิทัลแพลตฟอร์มร่วมรับผิดชอบ โดยตรวจสอบกลั่นกรองและลบเนื้อหาละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งการตรวจสอบกลั่นกรองอาจเป็นเทคโนโลยีหรือเจ้าหน้าที่ของดิจิทัลแพลตฟอร์มก็ได้

7) **พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542** (กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมการค้าภายใน) ควรเพิ่มโทษทางปกครองควบคู่กับปัจจุบันที่เป็นโทษทางอาญาอย่างเดียว เนื่องจากโทษทางปกครองมีภาระการพิสูจน์ที่น้อยกว่า ไม่ต้องกระทำผิดซึ่งหน้าเหมือนโทษทางอาญาสามารถลงโทษและป้องปรามการกระทำผิดได้ด้วยการกำหนดค่าปรับที่สูง ไม่มีขั้นตอนมาก และไม่เป็นการงบประมาณเหมือนโทษทางอาญา ซึ่งเป็นประโยชน์ในการบังคับใช้เรื่องการแจ้งราคาสินค้าออนไลน์ จึงเสนอให้ปรับแก้ไขกฎหมายมาตรา 23 ให้การจับกุมผู้กระทำความผิดสามารถกระทำได้โดยไม่ต้องมีหมายจับเมื่อปรากฏว่ามีการกระทำความผิดซึ่งหน้า รวมทั้งปรับแก้ไขกฎหมายมาตรา 40 เพิ่มค่าปรับหรือบทลงโทษให้มากขึ้นจากเดิมโทษปรับสูงสุดไม่เกิน 1 หมื่นบาท

8) **พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520** (กฎหมายในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน) เสนอให้ปรับแก้ไขกฎหมายมาตรา 16 เพื่อกำหนดประเภทกิจการที่จะส่งเสริมการลงทุนให้ครอบคลุมธุรกิจดิจิทัลให้มากขึ้น โดยควรพิจารณาเพิ่มสิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลให้แก่กิจการประเภท 5.8 กิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (จากเดิมที่ได้รับยกเว้นอากรวีดีโอคลับเพื่อการส่งออกเท่านั้น) รวมทั้งพิจารณาเงื่อนไขของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และดิจิทัลให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทย รวมไปถึงการกำหนดมาตรการส่งเสริมการลงทุนให้ครอบคลุมการพัฒนาแพลตฟอร์มที่เป็นของคนไทยและต่างชาติด้วย

9) **พ.ร.บ. ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545** (กฎหมายในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) เสนอให้ปรับแก้ไขกฎหมายมาตรา 38 เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนกับกระทรวงพาณิชย์ในการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เนื่องจาก สคบ. มีความว่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นธุรกิจตลาดแบบตรง

10) **พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522** (กฎหมายในความรับผิดชอบของ สคบ.) เพื่อเพิ่มสิทธิการคุ้มครองผู้บริโภค จึงเสนอให้ปรับแก้ไขกฎหมายมาตรา 4 โดยให้ผู้บริโภคมีสิทธิในการคืน ปฏิเสธ ช่อมแซม เปลี่ยนแปลง หรือได้รับส่วนลด หากพบว่าสินค้าที่สั่งซื้อไม่เป็นตามที่กล่าวอ้างไว้ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์



11) **ประมวลรัษฎากรกฎกระทรวงฉบับที่ 337 (พ.ศ. 2561)** ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมสรรพากร) เสนอให้ปรับแก้ไขกฎกระทรวงฯ เพิ่มวงเงินลงทุนของบุคคลธรรมดาให้สามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง จากเดิมกำหนดไว้รวมทั้งหมดไม่เกิน 1 แสนบาท เป็นไม่เกิน 1 ล้านบาท (เทียบเคียงสิ่งค้ำประกันที่ให้ขั้นต่ำ 100,000 SGD หรือ 2.5 ล้านบาท) สำหรับการลงทุนใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายรวมถึงธุรกิจดิจิทัลด้วย

12) **พ.ร.บ. การเดินอากาศ พ.ศ. 2479** (กฎหมายในความรับผิดชอบของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย) เสนอให้ปรับแก้ไขกฎหมายมาตรา 24 เพื่อเปิดโอกาสให้ใช้อากาศยานไร้คนขับ (Drone) พัฒนาให้เกิดธุรกิจใหม่ เช่น ธุรกิจขนส่งสินค้าทางอากาศโดยใช้ Drone

13) **พ.ร.บ. รถยนต์ พ.ศ. 2522** (กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมการขนส่งทางบก)

14) **พ.ร.บ. โรงแรมไทย พ.ศ. 2547** (กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมการปกครอง)

กฎหมายทั้ง 2 ฉบับ ควรพิจารณาจุดสมดุลของธุรกิจดั้งเดิมที่มีอยู่กับธุรกิจแนวใหม่ เพื่อให้ทั้งสองรูปแบบสามารถอยู่ร่วมกัน เกิดการพัฒนาธุรกิจและเป็นการเลือกให้กับผู้บริโภคได้มากขึ้น เนื่องจากกฎหมายข้างต้นมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่เกิดจากแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) อาทิ Grab และ Uber ที่ให้บริการรถส่วนบุคคลเป็นรถสาธารณะ รวมทั้ง Airbnb ที่ให้บริการบ้านส่วนบุคคลเป็นโรงแรม

ข้อเสนอมาตรการเพิ่มเติม โดยการจัดตั้ง Digital Community/Ecosystem ภายใต้การดูแลของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA : Digital Economy Promotion Agency) โดยความร่วมมือและบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ด้วยแนวคิดภาคเอกชนนำ (Private-Led) และภาครัฐสนับสนุน (Government Support) ประการสำคัญคณะกรรมการและผู้ที่มีส่วนในการกำหนดนโยบาย มาตรการ กฎหมายต่างๆ ต้องเป็นผู้ที่เหมาะสมและมีความเข้าใจธุรกิจดิจิทัลอย่างแท้จริง โดยมีสภาพแวดล้อมภายใต้ Digital Community/Ecosystem อาทิ 1) ศูนย์ One Stop Services (OSS) อำนวยความสะดวกให้ธุรกิจดิจิทัลครบวงจร ณ สถานที่เดียวกัน 2) ศูนย์พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจดิจิทัล/ธุรกิจนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับธุรกิจดิจิทัล 3) Showcase/Market Testing พื้นที่แสดงสินค้าหรือบริการเพื่อทดสอบตลาด 4) Digital Park นิคมธุรกิจดิจิทัลสนับสนุนให้ประกอบธุรกิจ 5) Co-Working Space พื้นที่พบปะ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ต่อยอดและแบ่งปัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ 6) University วิทยาลัยมหาวิทยาลัยเพื่อเชื่อมโยงภาควิชาการในการนำองค์ความรู้มาทดลองและประยุกต์ใช้กับธุรกิจจริง 7) Digital Village ที่อยู่อาศัยสำหรับ Digital Talent และนักธุรกิจดิจิทัล ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เพื่อสร้าง Digital Community ที่ครบวงจร ประการสำคัญ Digital Community นี้จะเป็นพื้นที่ทดลอง (Sandbox) ผ่อนคลายนโยบายให้ทดลองธุรกิจดิจิทัลได้ด้วย ระยะเวลาอาจเริ่มที่กรุงเทพฯ หรือปริมณฑลและหัวเมืองสำคัญแต่ละภูมิภาค หากประสบความสำเร็จก็จะขยายผลไปยังพื้นที่อื่นต่อไป



ที่มา : โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล

การศึกษานี้มีความครอบคลุม โดยศึกษาวิเคราะห์กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลทั้งหมดของไทย รวม 84 ฉบับ เป็นกฎหมายที่บังคับใช้แล้ว 70 ฉบับ และร่างกฎหมาย 14 ฉบับ รวมทั้งมีการศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายของต่างประเทศ ตลอดจนรับฟังปัญหาอุปสรรคของภาคธุรกิจดิจิทัล โดยลงพื้นที่จัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ ชลบุรี ขอนแก่น เชียงใหม่ ผู้เข้าร่วมรวมประมาณ 500 คน

ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาธุรกิจดิจิทัลของประเทศไทยมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของไทยในภาพรวม สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้แจ้งผลการศึกษาให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อพิจารณาใช้ประโยชน์จากผลการศึกษาต่อไป โดยสามารถ Download รายละเอียดผลการศึกษาที่ www.tpsoc.moc.go.th/th/node/9925



Startup แนวธุรกิจใหม่ของคนรุ่นใหม่ นำ CLMVT ไปสู่ยุคใหม่

■ ภูมิภาค CLMVT (กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และไทย) เป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญกับประเทศไทย ทั้งในฐานะของแหล่งพลังงาน ทรัพยากรธรรมชาติ ตลาดส่งออก และห่วงโซ่การผลิตที่สำคัญ นอกจากนี้ภูมิภาค CLMVT ยังถือเป็นภูมิภาคที่ประชากรมีอายุน้อย โดยในปี 2017 มีประชากรร้อยละ 70 ที่อยู่ในวัยแรงงาน (15 - 64 ปี) ดังนั้นคนรุ่นใหม่จึงถือเป็นกำลังขับเคลื่อนสำคัญของภูมิภาค CLMVT

ในปัจจุบันเทคโนโลยีถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เนื่องจากเทคโนโลยีจะเข้ามามีผลต่อการค้า การลงทุน เห็นได้จากรายงานประจำปีขององค์การการค้าโลกประจำปี 2018 (World Trade Report 2018) ที่กล่าวว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digitalization) ช่วยส่งเสริมการค้าให้ขยายตัวและลดต้นทุนการค้าได้ โดยเฉพาะการค้าบริการในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับเวลา การรับรองมาตรฐาน และสัญญา รวมทั้งก่อให้เกิดบริการใหม่ๆ เช่น Telesurgery อีกทั้งเทคโนโลยีดิจิทัลยังส่งผลให้การค้าโลกโดยรวมมีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 2 ต่อปี และต้นทุนการค้าสะสมลดลงร้อยละ 10.5 ในช่วงปี 2016 - 2030 ดังนั้นผู้ประกอบการใน CLMVT ต้องปรับตัว และนำเทคโนโลยีมาผสมผสานกับธุรกิจให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

ปัจจุบันรูปแบบหนึ่งของการนำเทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจได้แก่ การประกอบธุรกิจในรูปแบบที่เรียกว่า สตาร์ทอัพ (Startup) อย่างไรก็ตามหลายคนอาจยังไม่เข้าใจว่าสตาร์ทอัพคืออะไร ต่างจาก SMEs อย่างไร การเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพคืออะไร ทำอย่างไรเราถึงจะเป็นสตาร์ทอัพได้ รวมไปถึงสถานการณ์ของสตาร์ทอัพใน CLMVT

บทความนี้จะนำเสนอเกร็ดความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ เพื่อให้หลาย ๆ คนที่มีข้อสงสัยได้คลายความสงสัยไปได้บ้าง รวมทั้งยังหวังว่าจะสามารถจุดประกายให้คนรุ่นใหม่ และรวมไปถึงคนรุ่นเก่าที่มีความคิดใหม่ๆ ให้

เข้าสู่วงการธุรกิจสตาร์ทอัพมากขึ้น และทำให้เศรษฐกิจได้สามารถพัฒนาไปในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

สตาร์ทอัพคืออะไร ต่างจาก SMEs อย่างไร

ตามร่างพระราชบัญญัติการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น พ.ศ. ให้คำจำกัดความของวิสาหกิจเริ่มต้น หรือสตาร์ทอัพ ว่า คือกิจการที่ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ในขณะที่ ศูนย์วิสาหกิจเริ่มต้นประเทศไทย (Startup Thailand Center) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติได้ให้รายละเอียดในการพิจารณาว่าธุรกิจนั้นๆ เป็นสตาร์ทอัพหรือไม่ ไว้ 3 ประการดังนี้

- 1) ลักษณะของกิจการ ต้องเป็นกิจการขนาดเล็กที่อยู่ในขั้นตอนการดำเนินการและขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่มีพื้นฐานจากเทคโนโลยี ซึ่งจะก่อให้เกิดการเติบโตอย่างก้าวกระโดดและเกิดผลลัพธ์ในรูปแบบใหม่ที่มีผลต่อสังคมในวงกว้าง
- 2) ระยะเวลาดำเนินกิจการ เนื่องจากวิสาหกิจเริ่มต้นจะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐ ดังนั้นต้องมีการกำหนดระยะเวลาไว้คร่าวๆ ว่าต้องประกอบกิจการมาไม่เกิน 5 ปี
- 3) ผลประกอบการต่อปีของวิสาหกิจเริ่มต้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่แน่ชัดว่าต้องมีผลประกอบการไม่เกินเท่าใด

ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้น หมายถึงกิจการที่มีขนาดเล็ก และมีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 200 ล้านบาท จะเห็นว่ามี ความคล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตาม การเติบโตทางธุรกิจและวิธีหาเงินทุนนั้นต่างกันออกไปอย่างสิ้นเชิง SMEs จะเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไปจากการเพิ่มทุน หรือ กู้จากธนาคาร ในขณะที่สตาร์ทอัพจะเติบโตอย่างก้าวกระโดดจากการใช้เทคโนโลยีเข้ามาลดต้นทุนและขยายตลาด กล่าวคือ ทุกสตาร์ทอัพเป็น SMEs แต่ไม่ใช่ทุก SMEs ที่จะเป็นสตาร์ทอัพ

ลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

ก่อนที่จะเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ บางคนอาจกล่าวว่าแค่มี passion กับไอเดีย ก็จะสามารถประสบความสำเร็จได้ แต่ความจริงแล้วมีปัจจัยอีกมากมายที่จะทำให้ทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ดังนี้

- 1) มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า (passion)
- 2) มีความคิดสร้างสรรค์
- 3) เป็นนักกลยุทธ์
- 4) ความเป็นผู้นำและกล้าตัดสินใจ
- 5) มีความกล้าเสี่ยง
- 6) มีความมุ่งมั่นตั้งใจ
- 7) มีความมั่นใจในตัวเอง เชื่อมั่นในตัวเอง
- 8) มีความพยายามอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค
- 9) มีความรู้ในสิ่งที่จะทำ
- 10) มีผู้ร่วมก่อตั้งและทีมที่มีทัศนคติตรงกัน
- 11) รักการเรียนรู้
- 12) มีทักษะการสื่อสาร และชอบพูดคุยกับคนใหม่ๆ
- 13) มีคอนเนกชัน และคนคอยสนับสนุน
- 14) มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ
- 15) มีเงินทุนตั้งต้น

คุณสมบัติเหล่านี้เป็นแนวทางเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเป็นสตาร์ทอัพ ที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม หากตัวเราไม่ได้มีคุณสมบัติเหล่านี้ครบทุกข้อ ก็ไม่ได้หมายความว่าเราจะเริ่มธุรกิจสตาร์ทอัพไม่ได้ หรือไม่มีวันประสบความสำเร็จจากธุรกิจสตาร์ทอัพ เพราะคุณสมบัติเหล่านี้สามารถฝึกฝนและพัฒนาต่อยอดไปได้

การเติบโตของสตาร์ทอัพ: ระดับขั้นของสตาร์ทอัพ

เพื่อให้เห็นภาพรวมว่าจะพัฒนาธุรกิจให้เติบโตได้อย่างไร สามารถสรุปคร่าวๆ ได้ เป็น 3 ขั้นตอน ผ่าน Stage of Startup ดังนี้

1) Problem: Solution Fit

เป็นขั้นตอนแรก ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นจากการพัฒนาไอเดีย ซึ่งอาจเกิดมาจากความต้องการที่จะแก้ Pain Point ของผู้คน โดยต้องมีการพิสูจน์ว่าปัญหานั้นมีอยู่จริง และมีความต้องการแก้ไขปัญหานั้น โดยสามารถคิดผลิตภัณฑ์ตั้งต้นที่จะสามารถแก้ปัญหานั้นๆ ได้

2) Product: Market Fit

เป็นขั้นตอนที่สอง ที่จะเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบและนำไปทดลองตลาด เพื่อเก็บฟีดแบคจากผู้ใช้งาน แล้วนำผลเหล่านั้นมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง เรียกได้ว่าเป็นการทำให้สินค้าติดตลาด

3) Business: Market Fit

เมื่อสินค้าติดตลาดแล้ว ช่วงนี้จะเป็นช่วงที่เน้นการขยายการเติบโตของธุรกิจ เพิ่มทีมงาน เพิ่มกำลังการผลิต หรือเพิ่ม Infrastructure ต่างๆ เพื่อรองรับฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น เป็นการพิสูจน์โมเดลทางธุรกิจ รวมถึงการหารายได้ในรูปแบบใหม่ๆ และเป็นช่วงที่จะดึงดูดนักลงทุน และทีมงานมาเพื่อเพิ่มการเติบโตต่อไป

ระบบนิเวศของสตาร์ทอัพ (Startup Ecosystem) ใน CLMVT


กัมพูชา: ระบบนิเวศของสตาร์ทอัพในกัมพูชา มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้เล่นที่หลากหลาย อาทิ หน่วยเร่งธุรกิจ (Accelerators) หน่วยบ่มเพาะธุรกิจ (Incubators) สถานที่ทำงานร่วม (Co-working spaces) นักลงทุน และภาครัฐ ทั้งนี้ภาคเทคโนโลยีของกัมพูชานั้น ส่วนใหญ่เป็นการรับเทคโนโลยีระดับโลกมาปรับใช้ในโอกาสทางธุรกิจของท้องถิ่น อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของความรู้ด้านดิจิทัล (Digital Literacy) นั้นถือเป็นแรงดึงดูดนักลงทุนทั้งต่างชาติ และท้องถิ่นให้เข้ามาสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพในกัมพูชา

ลาว: ระบบนิเวศของสตาร์ทอัพในลาว อยู่ในระดับเริ่มต้นเนื่องจากยังขาดองค์ประกอบสำคัญหลายด้าน แม้ว่าคนรุ่นใหม่จะมีไอเดียที่สร้างสรรค์และความกระตือรือร้นที่จะเริ่มต้นธุรกิจ อย่างไรก็ตามลาวยังคงขาดหน่วยเร่งธุรกิจ (Accelerators) หน่วยบ่มเพาะธุรกิจ (Incubators) กลุ่มนักลงทุนนางฟ้า (Angel Investors) ธุรกิจทุนร่วมลงทุน (Venture Capitalists) และกฎระเบียบที่เพียงพอจะสนับสนุนธุรกิจเริ่มต้นเหล่านั้น

เมียนมา: ภาพรวมของระบบนิเวศของสตาร์ทอัพในเมียนมา มีการเติบโตมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ตลาดนั้นยังคงเล็กอยู่เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งนี้ความท้าทายหลักของการพัฒนาสตาร์ทอัพในเมียนมาได้แก่ ความขาดแคลนสถาบันที่ให้ความรู้ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี กลุ่มนักลงทุนนางฟ้า (Angel Investors)

เวียดนาม: ระบบนิเวศของสตาร์ทอัพในเวียดนามนั้นยังถือว่าอยู่ในช่วงเริ่มต้น โดยผ่านช่วงแรกที่เป็นการพัฒนาภายในไปแล้ว และกำลังก้าวสู่การขยายไปยังต่างประเทศ ทั้งนี้จำนวนสตาร์ทอัพที่เพิ่มขึ้นเกิดจากระบบโทรคมนาคม เทคโนโลยี และการศึกษาที่ดีขึ้น รวมทั้งกลุ่มคนเวียดนามที่ไปศึกษาในต่างประเทศ และกลับเข้ามาพัฒนาประเทศ

ไทย: ระบบนิเวศของสตาร์ทอัพไทย มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในหลากหลายด้าน อาทิ การสนับสนุนด้านกฎหมายที่รัฐบาลมีการปรับปรุงประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เพื่อสนับสนุนสตาร์ทอัพ การขยายจำนวนของสตาร์ทอัพ มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้กรุงเทพฯ ยังมีเป้าหมายในการเป็น Startup Hub ในภูมิภาค อีกทั้งระบบนิเวศของไทยได้เริ่มขยายเครือข่ายในระดับนานาชาติอีกด้วย

ผู้เขียนหวังว่าเกร็ดความรู้เล็กๆ น้อยๆ เหล่านี้จะสามารถจุดประกายความเป็นสตาร์ทอัพในตัวคุณได้ไม่มากก็น้อย 



อ้างอิงจาก

- https://www.set.or.th/education/th/enterprise/files/startup_business_guide.pdf
- <https://www.startupthailand.org/wp-content/uploads/2018/11/white-paper.pdf>
- <http://www.nia.or.th/nia/wp-content/uploads/2018/08/startup-act.pdf>
- <http://data.worldbank.org>
- <https://e27.co/young-growing-cambodia-startup-ecosystem-ready-step-20180627/>
- <https://techsauce.co/tech-and-biz/myanmar-startup-ecosystem/>
- <https://techsauce.co/tech-and-biz/vietnam-startup-ecosystem-2018/>
- https://www.facebook.com/ThailandStartup/posts/มารู้จัก-startup-ecosystemระบบนิเวศของสตาร์ทอัพไทย-กันเถอะ_สตาร์ทอัพ/2064534536890206/

ภาพรวมเศรษฐกิจเดือนพฤศจิกายน 2561

■ ภาพรวมเศรษฐกิจยังเติบโตแบบชะลอตัว ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยภาพรวมรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงราคารายหมวดสินค้าของดัชนีในเดือนนี้คล้ายคลึงกับเดือนก่อนๆ โดยหมวดที่เคยขยายตัวก็ขยายตัวต่อเนื่องในอัตราที่ชะลอตัว จะมีบางหมวดที่เกี่ยวกับสินค้าเกษตร รวมทั้งปศุสัตว์มีการปรับตัวสูงขึ้นเนื่องจากฐานราคาต่ำในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ในขณะที่แรงส่งของหมวดพลังงานในเดือนนี้ลดลงจากส่วนเกินของอุปทาน (การผลิต) มีมาก ขณะที่โครงการก่อสร้างด้านโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ และการเร่งเบิกจ่ายงบประมาณในช่วงต้นปีงบประมาณใหม่ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ที่ส่งผลดีต่อการส่งออกที่มีแนวโน้มดีมาตลอดทั้งปี

ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ

อัตราเงินเฟ้อทั่วไปและพื้นฐาน พฤศจิกายน 2561

ดัชนีราคาผู้บริโภค (อัตราเงินเฟ้อทั่วไป) เดือนพฤศจิกายน 2561 เท่ากับ 102.40 เทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2560 ขยายตัวร้อยละ 0.94 (YoY) เป็นการขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 17 แต่เพิ่มขึ้นในลักษณะชะลอตัว โดยมีสาเหตุสำคัญจากราคาในหมวดพลังงานที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 24 แต่ในลักษณะชะลอตัวจากร้อยละ 8.11 ในเดือนก่อนหน้ามาอยู่ที่ร้อยละ 3.29 รวมทั้งการเพิ่มขึ้นของราคาในหมวดอาหารสดร้อยละ 0.33 จากฐานราคาต่ำของข้าว เนื้อสัตว์ และไข่ไก่ ที่เป็นผลจากปริมาณผลผลิตที่มากในปีก่อน ซึ่งเมื่อหักอาหารสดและพลังงานออกแล้ว เงินเฟ้อพื้นฐานขยายตัวร้อยละ 0.69 รวมเฉลี่ย 11 เดือน อัตราเงินเฟ้อทั่วไปสูงขึ้นร้อยละ 1.13 และเงินเฟ้อพื้นฐานสูงขึ้นร้อยละ 0.71

เมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม 2561 เงินเฟ้อทั่วไปลดลงร้อยละ 0.22 (MoM) และเฉลี่ย 11 เดือน (ม.ค.-พ.ย.) ปี 2561 สูงขึ้นร้อยละ 1.13 (AoA)

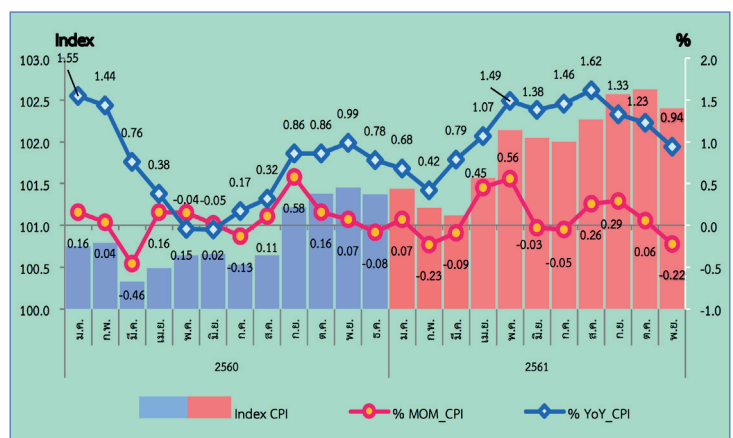
ปัจจัยสำคัญของการชะลอตัวของเงินเฟ้อในเดือนนี้มาจากปัจจัยหลักๆ ได้แก่

1. ปัจจัยเร่ง มาจาก

- ราคาพลังงานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เงินเฟ้อขยายตัวได้ แต่อิทธิพลของปัจจัยพลังงานเริ่มลดลงสะท้อนจาก Contribution to percent change (CPC) ที่ลดลงจาก 0.93 เหลือเพียง 0.38 ซึ่งเมื่อหักพลังงานออกจะทำให้เงินเฟ้อเดือนนี้เหลือร้อยละ 0.56 เทียบกับเดือนตุลาคม 2561 ที่ร้อยละ 0.30 (ในเงินเฟ้อร้อยละ 0.94 เป็นพลังงาน 0.38 หักพลังงานแล้วเหลือ 0.56 เป็นเงินเฟ้อจากด้านอื่นๆ ที่มีชีพพลังงาน)
- อุปสงค์เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น จากมูลค่า VAT ในเดือน ต.ค.61 ที่ปรับตัวเป็นร้อยละ 7.1 จากเดือนก่อนหน้าที่ร้อยละ 0.8 จากการจำหน่ายรถยนต์นั่งและปริมาณรถจักรยานยนต์จดทะเบียนใหม่ ขณะที่การจัดเก็บภาษีจากการใช้จ่ายภายในประเทศ ลดลงร้อยละ 3.3 ซึ่งอาจจะส่งผลต่อเงินเฟ้อช่วงที่เหลือชะลอตัว

2. ปัจจัยทอน มาจาก

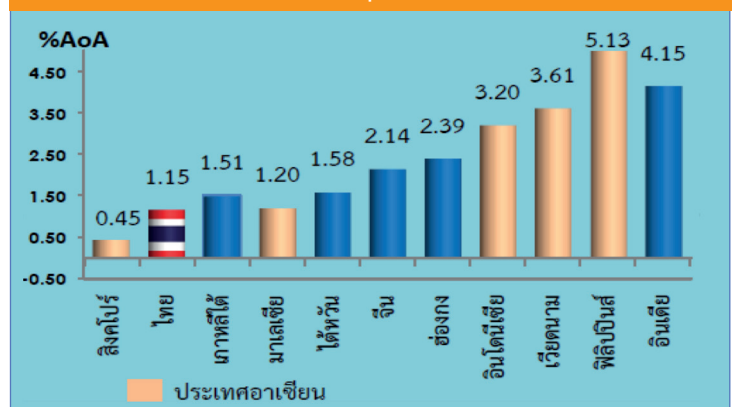
- ราคาผลผลิตของกลุ่มอาหารสดที่เพิ่มขึ้นจากฐานราคาต่ำในกลุ่มของข้าว เนื้อสัตว์ และไข่ ขณะที่ผักสดและผลไม้ที่ออกสู่ตลาดมากกว่าปกติ เป็นผลจากทั้งสภาพอากาศและการปรับเปลี่ยนแผนการเพาะปลูก ส่งผลให้ราคาผักสดและผลไม้ลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 สอดคล้องกับดัชนีราคาสินค้าเกษตรกรรมที่ลดลงร้อยละ 0.4 (ที่มาจาก สศก.)



อัตราเงินเฟ้อ เดือนพฤศจิกายน 2561

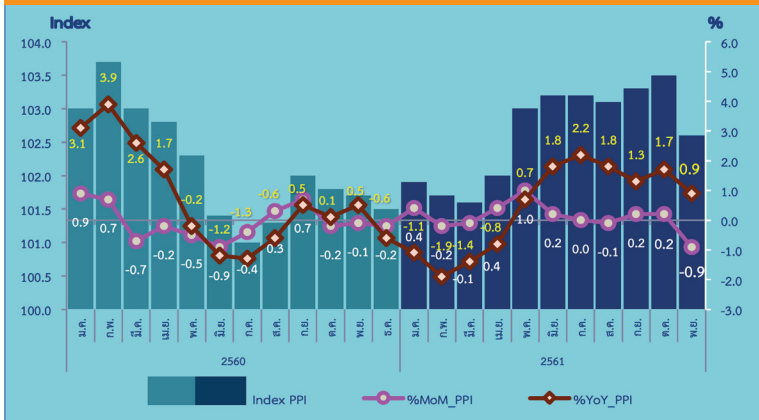
ดัชนี = 102.40	%YOY	%MOM	%AOA
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (Headline Inflation)	0.94	-0.22	1.13
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (Core Inflation)	0.69	0.00	0.71

อัตราเงินเฟ้อประเทศต่าง ๆ (เฉลี่ย ม.ค. - ต.ค. 2561)



เมื่อเทียบกับ CPI ของประเทศต่างๆ เฉลี่ย 10 เดือน (ม.ค. - ต.ค.61 เท่ากับ 1.15) พบว่า CPI ของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ เป็นลำดับที่ 2 รองจากสิงคโปร์ (0.45) เทียบกับกลุ่มอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย (1.20) อินโดนีเซีย (3.20) เวียดนาม (3.61) ฟิลิปปินส์ (5.13) และประเทศอื่นๆ เช่น อินเดีย (4.15) ฮองกง (2.39) จีน (2.14) ไต้หวัน (1.58) และเกาหลีใต้ (1.51)

ดัชนีราคาผู้ผลิต (PPI) เท่ากับ 102.6

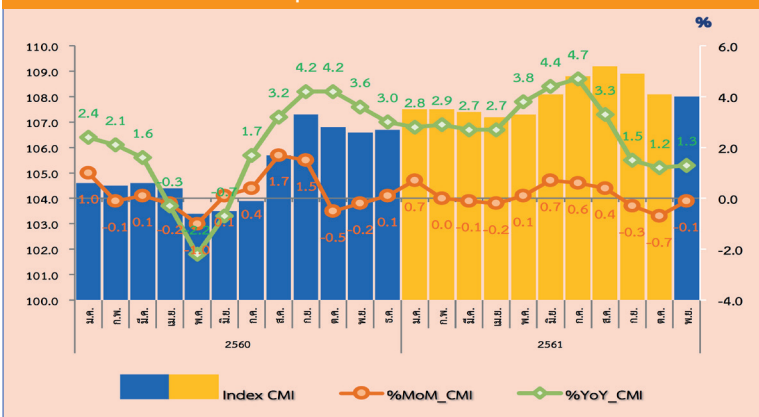


ดัชนีราคาผู้ผลิต (PPI) สูงขึ้นร้อยละ 0.9 (YoY) จากร้อยละ 1.7 ในเดือนก่อนหน้า ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยมีสาเหตุสำคัญดังนี้

- หมวดผลผลิตเกษตรกรรม สูงขึ้นร้อยละ 2.5 ตามการปรับตัวสูงขึ้นของราคาสินค้าเกษตรสำคัญ อาทิ ข้าวเปลือก (ความต้องการของตลาดต่างประเทศมีอย่างต่อเนื่อง) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (ปริมาณผลผลิตและความต้องการไม่สมดุล) มันสำปะหลังสด (ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ) รวมทั้ง สุกรมีชีวิต และไข่ไก่ ที่มีความต้องการบริโภคสูงขึ้น
- หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง สูงขึ้นร้อยละ 9.8 ตามราคาน้ำมันปิโตรเลียมดิบ และก๊าซธรรมชาติ
- หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สูงขึ้นร้อยละ 0.3 โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร (ข้าวสาร ปลาขี้ขาว ราช้าง เนื้อสุกร) และกลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิง ในขณะที่เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก (เหล็กแท่ง เหล็กแผ่นและเหล็กเส้น) และกลุ่มเครื่องจักร (เครื่องสูบน้ำ คอมเพรสเซอร์ รถไถนา) ปรับตัวสูงขึ้นตามความต้องการที่ยังมีต่อเนื่อง

เมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม 2561 ลดลงร้อยละ 0.9 (MoM) เฉลี่ย 11 เดือน (ม.ค.-พ.ย.) ดัชนีราคาผู้ผลิตสูงขึ้นร้อยละ 0.4 (AoA)

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (CMI) เท่ากับ 108.0

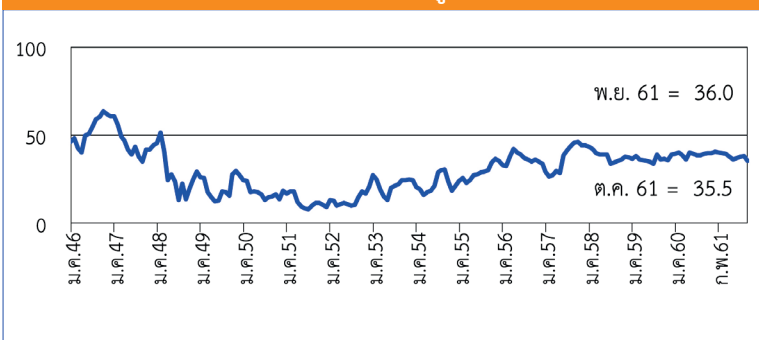


ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (CMI) เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2560 สูงขึ้นร้อยละ 1.3 (YoY) เป็นการขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 17 จากการสูงขึ้นของ

- หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก สูงขึ้นร้อยละ 3.3 (เหล็กเส้นกลม ผิวเรียบผิวข้ออ้อย เหล็กตัวซี เหล็กฉาก เหล็กตัว I เหล็กตัว H เหล็กทรงน้ำ ลวดเหล็กเสริมคอนกรีตอัดแรง ลวดผูกเหล็ก ท่อเหล็กดำ เหล็กแผ่นเคลือบสังกะสี ซีทไฟล์เหล็ก ประตูเหล็กม้วน ตะปู) ยังคงเพิ่มขึ้นจากต้นทุนวัตถุดิบ
- หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต สูงขึ้นร้อยละ 0.8 (พื้นคอนกรีตสำเร็จรูปอัดแรง ซีทไฟล์คอนกรีต) ตามราคาปูนซีเมนต์และลวดเหล็กอัดแรง
- หมวดซีเมนต์ สูงขึ้นร้อยละ 1.4 (ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม) ตามความต้องการใช้ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของการก่อสร้าง
- หมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ สูงขึ้นร้อยละ 1.1 (ทรายถมที่ ดินถมที่ ดินลูกรัง หินคลุก ทรายหยาบ ทรายละเอียด หินย่อย อลูมิเนียม ยางมะตอย) ตามผลผลิตที่ยังไม่สมดุลกับความต้องการ เนื่องจากมีความต้องการใช้ในโครงการก่อสร้างถนนจำนวนมาก

เมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม 2561 ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ลดลงร้อยละ 0.1 (MoM) เฉลี่ย 11 เดือน (ม.ค.-พ.ย.) ปี 2561 สูงขึ้นร้อยละ 2.9 (AoA)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนพฤศจิกายน 2561 อยู่ที่ระดับ 36.0 โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนตุลาคม 2561 ที่ระดับ 35.5 รวมทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต ปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกำลังซื้อของผู้บริโภค การใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพในเดือนนี้เทียบกับเดือนที่ผ่านมาอยู่ที่ 54.5 สูงกว่าระดับ 50 ต่อเนื่องมาตั้งแต่ต้นปี รวมทั้งการสูงขึ้นของการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพในเดือนนี้เทียบกับ 3 เดือนที่ผ่านมา แผนการซื้อรถยนต์ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า แผนการซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าคงทนต่างๆ (ไม่รวมบ้านและรถยนต์) ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า และความเชื่อมั่นของกลุ่มเกษตรกรเพิ่มขึ้นจากการมีรายได้เพิ่มขึ้น

แนวโน้มเงินเฟ้อ

โดยรวม เงินเฟ้อในช่วง 11 เดือนแรกของปีได้รับอิทธิพลสำคัญจากการเพิ่มขึ้นของทั้งความต้องการและราคาพลังงาน รวมทั้งผลด้านการผลิตของภาคเกษตรที่มีความผันผวนตามสภาพอากาศ และแผนการปรับเปลี่ยนการเพาะปลูก ส่งผลให้เงินเฟ้อส่วนใหญ่ยังเคลื่อนไหวอยู่ในกรอบการคาดการณ์ของกระทรวงพาณิชย์ (ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9) และคาดว่าเงินเฟ้อทั้งปี 2561 จะยังอยู่ในกรอบคาดการณ์ของกระทรวงพาณิชย์ที่ร้อยละ 0.8 - 1.6 และอยู่ในกรอบเป้าหมายนโยบายการเงินระยะปานกลางที่รัฐบาลกำหนดไว้ที่ร้อยละ 2.5±1.5 ได้ โดยมีปัจจัยด้านราคาพลังงานและความต้องการบริโภคที่ยังมีแรงส่งต่อเนื่องเป็นปัจจัยหลัก รวมทั้งราคาสินค้าเกษตรสำคัญที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นเป็นปัจจัยสนับสนุน ซึ่งคาดว่าปัจจัยเหล่านี้จะยังคงส่งผลต่อเนื่องให้เงินเฟ้อในช่วงไตรมาสแรกของปี 2562 เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่องในลักษณะชะลอตัว

การค้าระหว่างประเทศของไทย : ตุลาคม 2561

ส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนตุลาคม 2561 กลับมาขยายตัวที่ร้อยละ 8.7 หรือคิดเป็นมูลค่า 21,757.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยการส่งออกขยายตัวเกือบทุกตลาด โดยเฉพาะตลาดในภูมิภาคเอเชีย อาทิ ญี่ปุ่น อินเดีย และ CLMV ที่ขยายตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ตลาดสหรัฐฯ และจีนที่กลับมาขยายตัวหลังจากหดตัวเล็กน้อยในเดือนก่อนหน้า การส่งออกสินค้ากลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรขยายตัวที่ร้อยละ 12.2 โดยสินค้าเกษตรสำคัญขยายตัวเกือบทุกรายการ สินค้าที่ขยายตัวได้ดี ได้แก่ น้ำตาล ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ไก่สด แซ่แข็งและแปรรูป และผัก ผลไม้สด แซ่แข็ง กระป๋องและแปรรูป การส่งออกสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมขยายตัวร้อยละ 6.8 สินค้าที่ขยายตัวได้ดี ได้แก่ สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) และเครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์คาดว่า การส่งออกในปี 2561 จะยังขยายตัวได้ที่ร้อยละ 8 ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยได้เตรียมกลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมการส่งออก การค้าและการลงทุนของไทยในช่วงที่เหลือของปี 2561 และปี 2562 อีกทั้งยังเชื่อมั่นว่า สินค้าส่งออกของไทยที่มีความหลากหลายและความสามารถทางการแข่งขันในระดับสูง จะเป็นโอกาสในการเร่งผลักดันการส่งออก และสนับสนุนให้การส่งออกไทยมีความยืดหยุ่นและรับมือความผันผวนจากปัจจัยเสี่ยงภายนอกได้ดีขึ้น รวมทั้งผลักดันให้การส่งออกไทยขยายตัวได้ตามเป้าหมาย สร้างความเข้มแข็งและรายได้ไปจนถึงเศรษฐกิจฐานราก

การส่งออกไปตลาดสำคัญ ส่วนมากปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อนหน้า โดยการส่งออกไปยังตลาดหลักขยายตัวร้อยละ 7.1 ซึ่งการส่งออกไป ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ ขยายตัวเร่งขึ้นจากเดือนก่อนหน้า โดยขยายตัวร้อยละ 18.7 และ 7.2 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามการส่งออกไปสหภาพยุโรปหดตัวจากปัจจัยชั่วคราวที่ร้อยละ 4.1 ขณะที่การส่งออกไปตลาดศักยภาพสูงขยายตัวในอัตราสูงที่ร้อยละ 13.2 ซึ่งตลาดส่วนใหญ่ขยายตัวในระดับ 2 หลัก โดยเฉพาะการส่งออกอินเดีย CLMV และอาเซียน 5 ขยายตัวร้อยละ 12.0 18.2 และ 24.4 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปจีนกลับมาขยายตัวที่ร้อยละ 3.0 ด้านตลาดศักยภาพระดับรองหดตัวที่ร้อยละ 3.7 เนื่องจากการส่งออกไปทวีปออสเตรเลีย ลาตินอเมริกา ตะวันออกกลางและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 2.0 6.0 7.4 และ 38.8 ตามลำดับ นอกจากนี้การส่งออกไปสวีเดนแลนด์กลับมาขยายตัว หลังจากหดตัวสูงในเดือนก่อนหน้า สะท้อนถึงผลกระทบทางลบของราคาทองคำได้หมดไปแล้ว

กระทรวงพาณิชย์คาดว่า การส่งออกในปี 2561 จะยังขยายตัวได้ที่ร้อยละ 8 ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญที่ยังเติบโตต่อเนื่องในไตรมาส 3/2561 อาทิ สหรัฐฯ ที่การบริโภคภาคเอกชนขยายตัวแข็งแกร่งจากการฟื้นตัวของตลาดแรงงาน เป็นผลดีต่อการส่งออกไทยในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการ และการเติบโตของภาคธุรกิจที่ยังได้รับานิสงค์จากมาตรการลดภาษีสหภาพยุโรป จีน และญี่ปุ่น เศรษฐกิจยังอยู่ในเกณฑ์ดี แม้ว่ามีแนวโน้มชะลอตัวบ้างจากปัจจัยภายในประเทศ ตลาดอาเซียน ที่มีแนวโน้มการขยายตัวสูง และเป็นอีกหนึ่งตลาดศักยภาพที่มีบทบาทสูงต่อภาพรวมการส่งออกไทยในระยะหลัง เศรษฐกิจและการค้าโลกเริ่มมีแนวโน้มชะลอตัวในปี 2562 อาจส่งผลกระทบต่อส่งออกไทยในระยะข้างหน้า ผู้ประกอบการและนักลงทุนยังอยู่ในระยะปรับตัวต่อความไม่แน่นอนของนโยบายการค้า โดยมีสัญญาณการชะลอตัวของการลงทุน สะท้อนจากตัวเลขการผลิตภาคอุตสาหกรรม (Industrial Production) และดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ (Manufacturing Purchasing Managers' Indices) ทั้งในประเทศพัฒนาแล้ว และกลุ่มประเทศเกิดใหม่ นอกจากนี้ การตอบโต้ทางการค้าของประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย อาจส่งผลกระทบต่อส่งออกสินค้าที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน และราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มลดลงจะส่งผลกระทบต่อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันน้อยกว่าระยะที่ผ่านมา

การนำเข้า

เดือนตุลาคม 2561 มีมูลค่า 22,038 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 11.2 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการขยายตัวของน้ำมันดิบ (+12.0%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (+13.4%) เคมีภัณฑ์ (+16.7%) และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (+28.6%) ขณะที่เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (-4.5%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+15.4%) ญี่ปุ่น (+11.1%) สหรัฐอเมริกา (+18.3%) มาเลเซีย (+16.9%) และสหรัฐอเมริกาเหนือ (+4.4%)

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	ตุลาคม 61		ม.ค. - ต.ค. 2561	
	มูลค่าล้านเหรียญ	(%YoY)	มูลค่าล้านเหรียญ	(%YoY)
ส่งออก	21,757.9	8.7	211,487.8	8.2
นำเข้า	22,037.5	11.2	208,928.9	14.8
ดุลการค้า	-279.5		2,559	

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ต.ค. 61

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,581	8.6	7.27	สหรัฐฯ อเมริกา	2,481	7.21	11.41
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,014	62.5	4.66	ญี่ปุ่น	2,234	18.74	10.27
น้ำมันสำเร็จรูป	982	34.3	4.51	เวียดนาม	1,167	15.07	5.36
ผลิตภัณฑ์ยาง	959	5.8	4.41	สิงคโปร์	1,064	72.82	4.89

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ต.ค. 61

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,766	13.4	8.0	ญี่ปุ่น	3,303	11.1	15.0
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,748	-4.5	7.9	สหรัฐฯ อเมริกา	1,349	18.3	6.1
เคมีภัณฑ์	1,463	16.7	6.6	มาเลเซีย	1,339	16.9	6.1
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,206	28.6	5.5	สหรัฐฯ อเมริกาเหนือ	933	4.4	4.2

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ส.ค. 61	ก.ย. 61	ต.ค. 61	ต.ค. 61	ม.ค. - ต.ค. 61
ส่งออก	0.0	0.2	0.1	2.5	3.9
นำเข้า	0.1	0.5	0.4	5.5	6.5

ดูการค้า

เดือนตุลาคม 2561 ขาดดุลการค้ามูลค่า 279.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ภาพรวมดุลการค้า 2561 (ม.ค.-ต.ค.) เกินดุลการค้ามูลค่า 2,559 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

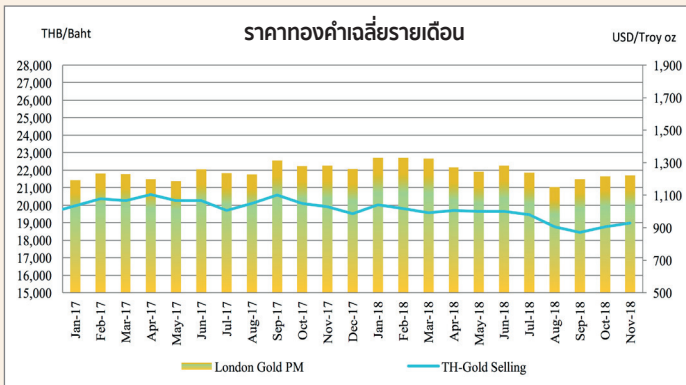
ราคาสินค้าส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนตุลาคม 2561 อยู่ที่ 100.9 (ปี 2555=100) สูงขึ้นร้อยละ 2.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาส่งออกหมวดสินค้าเกษตรกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 หมวดสินค้าอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 และหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.1 ขณะที่หมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร หดตัวร้อยละ 2.4

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนตุลาคม 2561 อยู่ที่ 94.2 (ปี 2555=100) ขยายตัวร้อยละ 5.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคานำเข้าหมวดสินค้าเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้นร้อยละ +31.8 หมวดสินค้าทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ +1.2 สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นร้อยละ +1.9 หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ +0.4 และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ +1.4

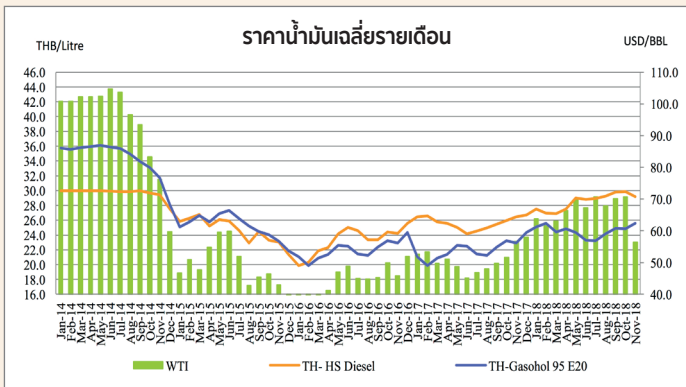
สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

พฤศจิกายน 2561



ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนพฤศจิกายนเฉลี่ยอยู่ที่ 18,986.4 บาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 1.1 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ด้านราคาทองคำในตลาดโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า อยู่ที่ 1,220.9 ดอลลาร์ สรอ. ต่อ ทROYออนซ์ ส่วนค่าเฉลี่ย 11 เดือนแรกของปี อยู่ที่ 1,255 ดอลลาร์ สรอ. ต่อ ทROYออนซ์ โดยการกลับมาเป็นบวกของราคาทองคำเนื่องจากราคามีการปรับลดอย่างต่อเนื่องทำให้มีการคาดการณ์ว่าราคาน่าจะอยู่ระดับต่ำสุดแล้ว และเริ่มมีการซื้อสะสมเพื่อรอเก็งกำไรเมื่อราคาเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ประกอบกับความเสี่ยงของเศรษฐกิจโลกปรับตัวสูงขึ้นจากผลกระทบของสงครามทางการค้า ทำให้มีความต้องการถือสินค้าทรัพย์สินปลอดภัยมากขึ้น ส่วนราคาทองคำในโลกในเดือนสุดท้ายของปี คาดว่าจะทรงตัวและเคลื่อนไหวในกรอบแคบๆ เฉลี่ยที่ 1,200 - 1,300 ดอลลาร์ สรอ. ต่อ ทROYออนซ์

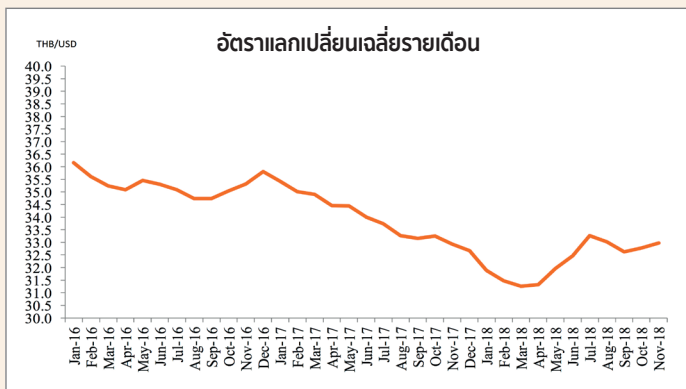


ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนพฤศจิกายนหดตัวอย่างรุนแรงที่ร้อยละ 20.2 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 56.4 ดอลลาร์ สรอ. ต่อ บาร์เรล เป็นระดับต่ำสุดในรอบ 13 เดือน เนื่องจากนักลงทุนกังวลผลกระทบจากสงครามการค้าทำให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัว และส่งผลกระทบต่อความต้องการน้ำมันในตลาดโลก ทำให้ตลาดน้ำมันกลับมาอยู่ในฝั่ง Over supply ทั้งนี้คาดว่าราคาน้ำมันดิบ (Dubai) ทั้งปี 2561 ยังคงคาดการณ์ว่าจะอยู่ที่ระดับ 65.0 - 75.0 ดอลลาร์ สรอ. ต่อ บาร์เรล

อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนพฤศจิกายนเฉลี่ยอยู่ที่ 33.0 บาท ต่อ ดอลลาร์ สรอ. อ่อนค่าเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.6 จากเดือนก่อนหน้า เนื่องจากดอลลาร์ สรอ. อ่อนค่า หลังจากธนาคารกลางสหรัฐฯ ปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยต่อเนื่อง และยังส่งสัญญาณจะมีการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยในช่วงที่เหลือของปีนี้รวมถึงในปีหน้าอีกด้วย ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2561 ค่าเงินเฉลี่ยอยู่ที่ 32.27 และคาดว่าทั้งปี 2561 อัตราแลกเปลี่ยนจะอยู่ในช่วงคาดการณ์ ของ สนค. ที่ 31.0 - 33.0 บาท ต่อ ดอลลาร์



ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) เดือนพฤศจิกายน 2561 ปรับตัวลดลงจากเดือนตุลาคม 2561 จากราคา 1,182.62 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,175.00 บาท/100 กิโลกรัม ในขณะที่ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) มีราคาขายส่งเฉลี่ยทรงตัวที่ 3,315.00 บาท/100 กิโลกรัม ราคาข้าวในตลาดมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากผลผลิตข้าวฤดูกาลใหม่ทยอยออกสู่ตลาด ประกอบกับตลาดส่งออกต่างประเทศชะลอการซื้อ

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนพฤศจิกายน 2561 เฉลี่ยอยู่ที่ กิโลกรัมละ 44.60 บาท และ 40.96 บาท ตามลำดับ โดยราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 ลดลงจากเดือนตุลาคม 2561 คิดเป็นร้อยละ 4.84 และ 7.08 ตามลำดับ โดยราคายางปรับตัวลดลงในทิศทางเดียวกับตลาดล่วงหน้าต่างประเทศ และนักลงทุนชะลอการซื้อขาย เนื่องจากมีความกังวลจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมืองในประเทศเศรษฐกิจหลัก

ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	ต.ค.-61	พ.ย.-61	%Δ(MOM)	พ.ย.-60	พ.ย.-61	%Δ(YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,182.62	1,175.00	-0.64	1,162.62	1,175.00	1.06
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		3,315.00	3,315.00	0.00	2,837.86	3,315.00	16.81
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น3 (f.o.b)		46.87	44.60	-4.84	52.19	44.60	-14.54
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		44.08	40.96	-7.08	46.48	40.96	-11.88
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,215.4	1,220.9	0.5	1,282.3	1,220.9	-4.8
ไทย (THB/Baht)		18,778.3	18,986.4	1.1	19,920.5	18,986.4	-4.7
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		70.7	56.4	-20.2	56.7	56.4	-0.6
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		32.8	33.0	0.6	32.9	33.0	0.1

ทุเรียน : ก้าวหน้าสู่ความหวานด้านผลไม้



■ ทุเรียน “King of Fruit” กำลังก้าวสู่ความเป็นผลไม้ชั้นนำระดับโลก แต่ความท้าทายใหม่สำหรับทุเรียนไทยคือการแข่งขันที่กำลังจะทวีความรุนแรงมากขึ้น

ทุเรียนไทยปีนี้ส่อแววแพงสุดในรอบหลายปี ภายหลังจากความต้องการจากตลาดทั้งในและต่างประเทศพุ่งสูง ขณะที่การสำรวจราคาหน้าสวนพบว่าราคาทุเรียนปีนี้พุ่งสูงเป็นประวัติการณ์ ตามคำสั่งซื้อเป็นจำนวนมากของผู้ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้ง Online และ Offline โดยเฉพาะทุเรียนพันธุ์หมอนทองที่ปีนี้ก็ยังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ทำให้ราคาขายหน้าสวนปรับเพิ่มขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ได้เกิดคำถามว่าสถานการณ์ที่สดใสนี้จะมีคามยั่งยืนต่อไปหรือไม่เพียงใด?

ในปี 2560 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกทุเรียน 611,186 ไร่¹ (โดยร้อยละ 89 เป็นการปลูกทุเรียนหมอนทอง สอดคล้องกับความต้องการของตลาดจีนที่นิยมหมอนทอง) มีผลผลิตทุเรียนออกสู่ตลาดได้จำนวน 635,031 ตัน สามารถจำหน่ายส่งออกต่างประเทศคิดเป็นมูลค่า 652.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี 2561 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร รายงานว่าประเทศไทยจะมีผลผลิตทุเรียนออกสู่ตลาด 726,809 ตัน ผลผลิตต่อไร่เพิ่มจากปีก่อนถึง 14.45% จังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญของไทย ได้แก่ อันดับ 1 จันทบุรี (พื้นที่เพาะปลูกทุเรียน 165,046 ไร่) รองลงมาเป็นชุมพร (138,801 ไร่) นครศรีธรรมราช (60,194 ไร่) ระยอง (52,706 ไร่) และสุราษฎร์ธานี (46,113 ไร่) ทั้งนี้ พบว่าทุกภาคของประเทศไทยมีการขยายพื้นที่การปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นผลไม้ที่นิยมของผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศ ความต้องการบริโภคมีอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะเป็นผลไม้ที่มีราคาสูงก็ตาม

ตลาดส่งออกทุเรียนสดที่สำคัญของไทย

อันดับ	ประเทศ	มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ			สัดส่วนต่อการส่งออก รวม2561 (ม.ค.-ต.ค.)	อัตราขยายตัว % 2561 (ม.ค.-ต.ค.)
		2559	2560	2561 (ม.ค.-ต.ค.)		
1	จีน	257.69	217.38	405.97	45.09	-20.40
2	เวียดนาม	82.68	286.62	288.18	32.01	239.08
3	ฮ่องกง	142.23	123.56	176.50	19.61	-19.51
4	ไต้หวัน	10.06	14.59	12.86	1.43	44.35
5	มาเลเซีย	2.14	3.67	5.73	0.64	66.58
6	สหรัฐอเมริกา	1.98	2.43	4.47	0.50	9.34
7	เกาหลีใต้	0.54	0.87	2.01	0.22	61.72
8	ญี่ปุ่น	0.23	0.32	1.25	0.14	33.78
9	อินโดนีเซีย	3.72	1.23	0.85	0.09	-66.80
10	ออสเตรเลีย	0.14	0.31	0.57	0.06	119.10
11	แคนาดา	0.09	0.16	0.42	0.05	77.39
	รวม 11 ประเทศ	501.51	651.15	898.81	99.84	49.00
	อื่นๆ	1.48	1.74	1.45	0.16	-24.43
	รวมทุกประเทศ	502.99	652.89	900.26	100	48.95

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ปัจจุบันประเทศไทยถือเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกทุเรียนสดรายใหญ่ของโลก ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ จีน เวียดนาม และฮ่องกง ขณะที่การส่งออกไต้หวัน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และแคนาดา แม้จะยังมีน้อยแต่พบว่ามีมีการขยายตัวสูงมาก มีศักยภาพที่จะพัฒนาตลาดต่อไป ประเทศคู่แข่งในการส่งออกทุเรียน ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ทั้งนี้ พบว่าประเทศเวียดนามมีการนำเข้าทุเรียนจากไทยมากขึ้น โดยบริโภคภายในเพียง 30% ที่เหลือส่งต่อไปขายจีนอีกต่อหนึ่งทางรถยนต์ผ่านชายแดน เวียดนาม-จีน

¹ข้อมูลอ้างอิงโดยสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สถานการณ์ทุเรียนไทย

1 ตามที่คณะรัฐมนตรีอนุมัติหลักการยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558-2562 อีกทั้งรัฐบาลมีนโยบายผลักดันให้ไทยเป็นมหาอำนาจด้านการค้าผลไม้เมืองร้อนของโลกนั้น จึงควรที่จะมีแผนในการพัฒนาผลผลิตทุเรียน สร้างแบรนด์เกรดพรีเมียมเพื่อเพิ่มมูลค่า และการทำตลาดให้กับทุเรียนเกรดรอง สำหรับการบริโภคในประเทศเพื่อการแปรรูปหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมถึงจะมีการพัฒนาช่องทางการจำหน่าย การกระจายผลไม้อย่างเป็นระบบ การบุกตลาดใหม่ๆ เช่น ออสเตรเลีย แคนาดา และเกาหลีใต้ การเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการ (Cr.น.ส.วลัยพรรณ เขียงเงิน) เช่น การพัฒนาผู้ประกอบการผ่านระบบ “ร้านค้าประชารัฐ”

2 มาเลเซียและเวียดนามเป็นคู่แข่งที่กำลังมาแรงหาญใจรดต้นคอทุเรียนไทยมาหลายปี ล่าสุด รัฐบาลเวียดนามสนับสนุนเกษตรกรเพิ่มการผลิตทุเรียนหมอนทองที่อร่อยไม่แพ้ของไทยอย่างเต็มที่ ในด้านมาเลเซียก็มีพันธุ์สุสานคิง ที่รัฐบาลมาเลเซียตั้งเป้าที่จะเป็นผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ของโลกในเร็วๆ นี้ แม้ว่าปัจจุบันไทยจะเป็นประเทศเดียวที่ได้รับการยอมรับด้านมาตรฐานผลไม้ของจีนทำให้ไทยเป็นประเทศเดียวที่สามารถส่งทุเรียนสดไปขายที่จีนได้ในเวลานี้ แต่ไม่ได้หมายความว่าในอนาคตคู่แข่งจะสามารถเข้าตลาดจีนได้

3 การผลิตทุเรียนมีมากขึ้นทั้งในไทยเองและในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซียและเวียดนาม ขณะที่ตลาดทุเรียนร้อยละ 80 อยู่ที่จีน นั้นหมายความว่าในตลาดมีผู้ซื้อรายใหญ่อยู่รายเดียว แต่มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นทุกปี จึงควรมีการแสวงหาตลาดใหม่เพื่อกระจายความเสี่ยงของการพึ่งพาตลาดจีนมากเกินไปและลดปัญหาทุเรียนล้นตลาด โดยอาจเน้นเจาะตลาดชาวจีนโพ้นทะเลในประเทศต่างๆ ที่มักรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มใหญ่ อาทิ ชาวจีนในอินโดนีเซีย (2.8 ล้านคน) สหรัฐอเมริกา (4.8 ล้านคน) ออสเตรเลีย และมาเลเซีย เนื่องจากชาวจีนโพ้นทะเลมักมีพฤติกรรมบริโภคคล้ายตามชาวจีนแผ่นดินใหญ่ที่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference group) สังเกตได้ว่าตลาดดังกล่าว (ยกเว้นอินโดนีเซีย) มีการขยายตัวของผู้นำเข้าทุเรียนจากไทยในอัตราสูง

4 ทุเรียนไทยต้องเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น จึงควรสนับสนุนสินค้าแปรรูปจากทุเรียนเพื่อส่งออกด้วยเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น แปรรูปเป็นยา เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีไขมันสูง ช่วยเพิ่มไขมันดี (HDL) แก่ร่างกาย ขณะที่เกษตรกรผู้ปลูกควรหันไปปลูกทุเรียนสายพันธุ์อื่นที่คู่แข่งยังน้อย (เช่น พันธุ์ชะนี กระตุม พวงมณี และก้านยาว) นอกเหนือจากหมอนทอง

5 กระตุ้นให้ผู้ผลิตใช้บริการค้าออนไลน์ของ Thaitrade.com มากขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางใหม่ในการทำตลาด นอกเหนือจาก Alibaba รวมถึงการค้าผ่านร้านค้าประชารัฐก็จะเป็นแนวทางที่สำคัญในการพัฒนาตลาดที่จะช่วยให้สินค้าสามารถกระจายสู่ตลาดต่างภูมิภาค รวมถึงตลาดประเทศเพื่อนบ้านและจีนตอนใต้โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง



พบกับ

ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

☎ 02-507-7895 | www.tpsoc.moc.go.th

ได้ที่ชั้น
13 สนค.