

+ Special Talk Exclusive Interview

คุณพิมพ์ชนก วอนขอพร

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

+ Special Report

เศรษฐกิจดิจิทัล : พัฒนาการ ผลกระทบ

และความท้าทายต่อการค้าไทย



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

■ กราบสวัสดิ์ปีใหม่ท่านผู้อ่านทุกท่าน ในนามของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ขอกล่าวอวยพรและส่งกำลังใจให้ทุกท่านก้าวเข้าสู่ปีหมูทอง 2562 ด้วยพลังเต็มเปี่ยม ขอให้ปีนี้เป็นปีแห่งความสุข ความสำเร็จ และความก้าวหน้าของทุกท่านนะค่ะ และพวกเราที่จะพยายามสรรหาบทความวิชาการ และสาระน่ารู้ต่างๆ มานำเสนอให้แก่ทุกท่านเช่นเคยค่ะ

TPSO Journal ฉบับเปิดศักราชใหม่นี้ ถือเป็นฉบับพิเศษ ซึ่งเราได้รับเกียรติจากบ๊อบบอสของเรา ท่านผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) คุณพิมพ์ชนก วอนขอพร พร้อมด้วยกลุ่มพี่ๆ น้องๆ ผู้เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน สนค. มาเป็นปกให้ และในคอลัมน์ **Special Talk** เรายังคงได้รับเกียรติให้สัมภาษณ์จากท่าน ผอ.สนค. มาให้มุมมองต่อสถานการณ์ทางการค้าของไทยและทิศทางการดำเนินงานของเราในปีนี้ ส่วน **Special Report** ฉบับนี้จะอัดแน่นไปด้วยเนื้อหาสาระด้วยบทความเรื่อง “เศรษฐกิจดิจิทัล: พัฒนาการ ผลกระทบ และความท้าทายต่อการค้าไทย” ซึ่งเป็นการพลิกโฉมภาคการค้าและบริการ รวมถึงนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ถือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

หวังว่าทุกท่านจะได้รับประโยชน์จากเนื้อหาของวารสารฉบับพิเศษฉบับนี้ และช่วงนี้อากาศเริ่มเปลี่ยนแปลงและค่าฝุ่นละอองสูง ขอให้ท่านผู้อ่านรักษาสุขภาพกันด้วยนะค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

Getting Around with TPSO



วารสาร สนค.
ปีที่ 9 ฉบับที่ 90 มกราคม 2562
www.tpsoc.moc.go.th

Contents

03 Special Talk

Exclusive Interview

คุณพิมพ์ชนก วอนขอพร
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า

05 Special Report

เศรษฐกิจดิจิทัล : พัฒนาการ ผลกระทบ
และความท้าทายต่อการค้าไทย

12 Global News

ลมเปลี่ยนทิศในการค้าโลก



■ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ โครงการ “เสริมสร้างความพอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา” เมื่อวันที่ 14 - 15 ธันวาคม 2561 ที่ผ่านมา ณ จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกของบุคลากรให้มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละ รักษาประโยชน์สาธารณะ และดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยจัดกิจกรรมสร้างฝายหินชะลอน้ำ และยิงเมล็ดพันธุ์ (Seed Bomb) ณ หน่วยพิทักษ์ป่าท่าทุ่งนา จังหวัดกาญจนบุรี และศึกษาดูงาน ณ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านหนองทราย โดยมีนางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และนางสุรีย์พร สหวัฒน์ รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า พร้อมเจ้าหน้าที่ สนค. จำนวน 80 คน เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว

กิจกรรมในครั้งนี้นอกจากจะช่วยส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับได้มีความรู้ ความเข้าใจ และยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตบริการสาธารณะ ตลอดจนการเสียสละเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวม แล้วยังเป็นการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ป่าไม้ และสร้างความรู้สึกรักหวงแหนต่อทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่สำคัญอย่างยิ่งของบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐยุคใหม่

Exclusive Interview

คุณพิมพ์ชนก วอนขอพร

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

วารสาร สนค. ฉบับเปิดศักราชใหม่ของปี พ.ศ. 2562 เราได้รับเกียรติให้สัมภาษณ์จากหนึ่งหญิงแกร่งแห่งกระทรวงพาณิชย์ คุณพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ. สนค.) เกี่ยวกับมุมมองต่อสถานการณ์เศรษฐกิจจากปีที่ผ่านมาสู่แนวโน้มในอนาคต ซึ่งช่วงเวลานี้ทุกประเทศต่างต้องเผชิญกับภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจและการเงิน เราจึงอยากนำเสนอความเห็นของท่าน ผอ. สนค. ในฐานะที่เป็นผู้นำองค์กรของคนรุ่นใหม่ และมีบทบาทสำคัญในการเป็น Think Tank ของกระทรวงพาณิชย์ ว่าความท้าทายที่ประเทศไทยต้องเผชิญจากนี้ต่อไปคืออะไร กระทรวงพาณิชย์ และ สนค. ควรจะมุ่งหน้าดำเนินงานไปในทิศทางไหน ท่ามกลางภาวะความท้าทายจากปัจจัยต่างๆ รอบด้านเช่นนี้

Q : จากภาวะความผันผวนของนโยบายเศรษฐกิจต่างประเทศ ท่านประเมินผลกระทบต่อการค้าของไทยในปีที่ผ่านมา และแนวโน้มสถานการณ์การค้าไทยในอนาคตไว้อย่างไร

A : การส่งออกในปี 2561 ที่ผ่านมา ที่ประเมินว่าไทยทำได้ดีพอสมควร จากที่ตั้งเป้าหมายไว้ที่ 8% ซึ่งทำได้ใกล้เคียงเป้าหมาย เนื่องจากปัจจัยบวกหลายประการ เช่น เศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าสำคัญหลายประเทศฟื้นตัว สินค้าเกษตรไทยที่สำคัญ เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ผัก ผลไม้ สามารถส่งออกได้ดีและมีราคาดีขึ้น ซึ่งถ้าสินค้าเกษตรไทยดี จะส่งผลให้เศรษฐกิจในประเทศดีไปด้วย สินค้าอื่นๆ เริ่มเห็นแววดี เป็น product champion ใหม่ เช่น เครื่องดื่ม มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีในหลายตลาด ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมก็สามารถประกอบตัวไว้ได้ และยังสามารถกลับมาขยายตัวในกลุ่มที่เป็นสินค้า IoT (internet of things) อีกด้วย ในด้านตลาด สินค้าส่งออกของไทยมีการกระจายไปตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอินเดียที่มีการเติบโตมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด ในช่วงปลายปีเราพบกับอุปสรรคสำคัญ คือ สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย โดยเฉพาะผลกระทบทางอ้อมจากการส่งออกสินค้าขึ้นกลาง ไปจีนหลายตัวลดลง เพราะไทยอยู่ในห่วงโซ่การผลิตของภูมิภาค ทำให้ตัวเลขส่งออกทั้งปีแผ่วลงจากช่วงต้นปี แต่โดยรวมก็นับว่าฟื้นตัวอุปสรรคมาได้ดีพอสมควร ทั้งหมดนี้ ต้องถือเป็นความสำเร็จของผู้ส่งออกไทย และหน่วยงานภาครัฐที่ช่วยกันเดินหน้าโดยไม่ย่อ

ปี 2562 นี้ เราจะต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ที่สำคัญ คือ

1. เศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ารายใหญ่ชะลอตัว เห็นได้จากการประกาศปรับลดคาดการณ์ GDP ในแต่ละประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป หรือแม้กระทั่งจีน ในฝั่งยุโรปก็ยังมีปัญหาเรื่อง Brexit ที่ค้างคากันอยู่ มีความขัดแย้งระหว่างประชาชนกับรัฐบาลในฝรั่งเศสและประเทศอื่นๆ และปัญหาในอิตาลี เป็นต้น

2. สงครามการค้า คงยังไม่ยุติง่ายๆ แม้ว่าจีนจะส่งสัญญาณว่ายินดีหาทางออกร่วมกัน แต่ความไม่พอใจของสหรัฐฯ นั้นลึกๆ ลึกกว่าเรื่องการขาดดุลการค้า แต่เป็นเรื่องของการเป็นเจ้าของเทคโนโลยี บทบาทการเป็นผู้นำโลก ฯลฯ เป็นเรื่องของ geo-political friction แล้ว ไม่ใช่แค่ trade friction ซึ่งความขัดแย้งนี้จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกไม่มีเสถียรภาพ ไม่ใช่เฉพาะการค้าการส่งออก แต่ยังส่งผลกระทบต่อตลาดเงินและตลาดทุนด้วย

3. ตลาดเกิดใหม่เป็นทั้งโอกาส คู่แข่งและจุดเปราะบาง ในปี 2562 นี้ พี่มองว่า เราจะกำหนดยุทธศาสตร์ตลาดเกิดใหม่ (emerging markets) เป็น



ภาพรวมๆ คงไม่ได้แล้ว เพราะบางตลาดเป็นโอกาส เช่น อินเดีย อาฟริกา บางตลาดเป็นคู่แข่ง เช่น เวียดนามที่กำลังจะมีความตกลงกับอียูเข้ามาเสริมความเข้มแข็งของการส่งออก ในขณะที่บางตลาด เช่น อเมริกากลางและใต้ ที่เศรษฐกิจผันผวนหนัก จะกลายเป็นจุดเปราะบางที่เราอาจจะขยายการส่งออกไม่ได้มากนัก ดังนั้นเราอาจจะต้องจัดทัพปรับยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ตลอดจนทรัพยากรในกระทรวงเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ให้เหมาะสม

สำหรับประเด็นราคาน้ำมันที่ผันผวนมาในช่วง 2 - 3 ปี ในปี 2562 นี้ น่าจะมีเสถียรภาพมากขึ้น ส่วนเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนในช่วงต้นปีนี้แข็งค่าขึ้นจากปีก่อน คาดว่าน่าจะอยู่ช่วง 31 - 33 บาท

แต่ถึงเราจะพูดกันมากเรื่องประเด็นปัญหาและความท้าทาย พี่ก็มั่นใจว่าเศรษฐกิจไทยมีพื้นฐานที่ดีและแข็งแกร่ง เทียบกับประเทศ emerging countries ต่างๆ แล้วถือว่าเราอยู่ในแถวหน้าของประเทศที่มีเสถียรภาพและศักยภาพ การส่งออกเรามีการกระจายตัวดี ทั้งสินค้าและบริการ แม้กระทั่งเงินบาทที่แข็งขึ้นส่วนหนึ่งก็เกิดจากความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจไทยขณะนั้น การท่องเที่ยวจะยังคงเป็น foreign exchange earner ที่สำคัญและน่าจะขยายตัวได้อีก การลงทุนภาครัฐและ FDI น่าจะมีเงินลงไปเพิ่มขึ้น ผ่านทั้ง EEC และโครงการ infrastructure ต่างๆ อีกส่วนหนึ่งคือ ภาคบริการต่างๆ ก็ขยายตัว เช่น ก่อสร้าง/อสังหาริมทรัพย์ การเงิน สุขภาพ โลจิสติกส์ เป็นต้น ซึ่งกระทรวงพาณิชย์กำลังผลักดันภาคบริการให้เป็น engine ตัวใหม่ของไทย

ด้านเศรษฐกิจในประเทศ สนค. ดูแลการวัดเงินเฟ้อ ซึ่งปีนี้เราประเมินว่าจะอยู่ในกรอบ 0.7 - 1.7 มีค่ากลางที่ 1.23 นับว่าไม่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ แต่ปีนี้ยังมีปัจจัยที่อาจกระทบต่อเงินเฟ้อทั้งบวกและลบ เช่น การขึ้นดอกเบี้ย การขึ้นราคาค่าโดยสาร พาหนะต่างๆ ซึ่งเป็นตัวใหญ่ในตะกร้าเงินเฟ้อ เราต้องติดตามดูความเปลี่ยนแปลงด้านราคาอย่างใกล้ชิด

Q : ในปี 2562 ประเทศไทยจะต้องเผชิญความท้าทายด้านเศรษฐกิจในภาวะที่ สนค. เป็นหน่วยงานชี้นำด้านเศรษฐกิจการค้าไทย ท่านได้วางนโยบายการทำงานของ สนค. ในปีนี้ไว้อย่างไรบ้าง

A : งานของ สนค. ในปีนี้ เรายังคงให้ความสำคัญกับทั้งภายในและภายนอกประเทศ แต่จะพยายามทำงานเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานรากให้มากขึ้น พี่ได้วางกรอบการทำงานคร่าวๆ ไว้ดังนี้



งานส่วนที่ 1 คือ วางยุทธศาสตร์การค้าทั้ง (1) ยุทธศาสตร์ภาพใหญ่ ซึ่ง สนค. ได้ทำ in-house workshop กันไปแล้วหลายครั้ง (2) ยุทธศาสตร์เจาะลึก ราย Sector ทั้งด้านเกษตรและอุตสาหกรรม และ (3) ยุทธศาสตร์รายประเทศ/มณฑล ซึ่งการทำยุทธศาสตร์ทั้งหมดนี้ เพื่อจะรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ไม่เพียงแต่การค้าเท่านั้นแต่ต้องคำนึงถึงปัจจัยรอบด้าน ทั้งด้านการลงทุน การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และความมั่นคง ตัวอย่างเช่น สงครามการค้าไม่ใช่แค่เรื่องของภาษีศุลกากรที่ติดกัน แต่เป็นการแย่งชิงอำนาจในเรื่องของเทคโนโลยี ซึ่งประเด็นเหล่านี้มีความซับซ้อนที่ สนค. จะต้องติดตามแง่มุมต่างๆ ในเรื่องเหล่านี้ ซึ่งต้องศึกษาลงลึกไปถึงการปรับตัวต่างๆ ด้วย

งานส่วนที่ 2 คือ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก จะเน้นงานวิจัยที่มาตอบโจทย์สินค้าเกษตรและเศรษฐกิจท้องถิ่น ซึ่งเราอยู่ระหว่างการเดินสายหารือกับเกษตรกร สหกรณ์ วิสาหกิจ และผู้ประกอบการภาคส่วนต่างๆ ในหลายจังหวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งท่านชุตินา บุนยประภัตร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้ให้นโยบายมาว่า สิ่งที่กระทรวงพาณิชย์ควรทำเพิ่มเติมคือ ต้องขึ้นตลาด (Market driven) ให้มากกว่านี้ ต้องระบุให้ได้ว่าประเทศไหนมีความต้องการสินค้าอะไร และไทยควรต้องขายอะไร โดยไม่ได้มองแค่ past performance หรือถ้าสินค้าบางตัวไม่มีศักยภาพแล้ว ก็ควรต้องส่งเสริมให้ทำอย่างอื่นทดแทน การศึกษาของ สนค. จะต้องเข้าไปให้ชัดเจนมากขึ้น เช่น ส่งออกข้าว ควรศึกษาเชิงลึกว่าข้าวอะไรขายดีที่สุด ข้าวหอมมะลิในแต่ละตลาดเป็นอย่างไร และตลาดไหนยังสามารถเติบโตได้อีก ข้าวอินทรีย์มีโอกาสเติบโตหรือไม่ในแต่ละตลาด ให้ใช้ตัวเลขที่เราไม่มีวิเคราะห์ให้ลึกและชี้ทิศทางให้ถูกต้อง เราต้องชี้ให้เห็นว่าตลาดโลกต้องการสินค้าอะไร และนำไปต่อยอดขยายผลและเผยแพร่ให้มากขึ้น หรือการสนับสนุนกลุ่มเกษตรกร ก็ควรต้องมีตลาดรองรับ

สิ่งที่ สนค. ตั้งใจจะทำอีกอย่างหนึ่งในปีนี้เป็นคือ โครงการชุมชนต้นแบบท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จ ทำให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งคนต้นแบบในที่นี้สามารถเป็นทั้ง บุคคล/กลุ่มคน/บริษัทท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนา เพื่อเป็นต้นแบบการยกระดับชุมชนโดยเฉพาะด้านเกษตร ปีนี้จะมีการจัดประชุม WEF/ Grow Asia ที่เชียงใหม่ เราก็จะเชิญบุคคลเหล่านี้มาทำความรู้จักกันและระดมความคิดว่า ภาคเกษตรไทยจะเดินหน้าต่อไปอย่างไรในยุคเทคโนโลยีมาแรงผ่านโครงการ Hackathon

งานส่วนที่ 3 คือ การเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาค ที่ผ่านมาระดับ CLMVT Forum มาแล้วสองครั้ง ซึ่งประสบความสำเร็จมากพอสมควร ในปีนี้เราก็จะจัดงาน CLMVT Forum ต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 3 โดย Theme ปีนี้คือ CLMVT as Value Chain Hub ในประเด็นท่ามกลางความไม่มีเสถียรภาพ ปัญหาทางการค้า การลงทุน ที่เปลี่ยนขั้วนั้น CLMVT จะเป็นศูนย์กลาง Value Chain รองรับการเชื่อมโยงในภูมิภาค ซึ่งแต่ละประเทศอาจจะมีความพร้อมหรือความชำนาญไม่เหมือนกัน เช่น ไทยน่าจะเป็น Hub ด้านอาหารและอัญมณีของภูมิภาคได้ดี ส่วนในเรื่อง Value Chain ของสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ เราอาจยังต้องพึ่งพาการลงทุนจากต่างชาติ แต่ก็สามารถชี้ให้เห็นว่าเรามีจุดแข็งหรือความพร้อม และ CLMVT สามารถ

เป็นฐานการผลิตร่วมกันได้ ส่วนภาคบริการที่คิดว่าเราน่าจะเป็น Value Chain ด้าน Wellness and Healthcare และโลจิสติกส์ โดยต้องเร่งยกระดับโลจิสติกส์ในประเทศให้มีประสิทธิภาพและสนับสนุนการเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคให้ได้

งานส่วนที่ 4 คือ เศรษฐกิจใหม่ (New Economy) ยังคงต้องทำต่อเนื่อง และศึกษาเชิงลึกว่าเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อการค้าอย่างไร และไทยควรปรับตัวอย่างไร ปีนี้เราเริ่ม Blockchain Projects 2 โครงการร่วมกับสถานทูตอังกฤษ เป็นเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และ trade finance เมื่อเสร็จแล้วก็จะนำมาพิจารณาต่อว่าจะ upscale และนำไปปฏิบัติได้อย่างไร เสร็จแล้วจะต่อยอดโครงการ Blockchain in Agriculture

งานส่วนที่ 5 คือ การพัฒนาข้อมูล เพื่อสนับสนุนการกิจที่ตั้งกล่าวไปแล้ว สนค. จะต้องผลักดันการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกกระทรวงมากขึ้น ซึ่งในปีที่เราต้องทำเรื่องข้อมูลก็คือ (1) เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนัก/กอง ภายใน สนค. (2) การจัดทำระบบ Big Data โดย สนค. ได้รับมอบหมายให้เป็นฝ่ายเลขานุการ Big Data ของกระทรวง และ (3) การเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานนอกกระทรวง อีกงานสำคัญด้านข้อมูลก็ สนค. จะเริ่มทำคือ การทำฐานข้อมูล e-commerce เพื่อให้มีข้อมูลที่สอดคล้องกับแนวทางระหว่างประเทศ จะได้ใช้เป็นฐานในการกำหนดนโยบายสนับสนุน e-commerce ที่ตรงเป้าหมายต่อไป

การพัฒนาด้านตัวชี้วัดต่างๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของเรา จะพัฒนาให้มีความทันสมัย ถูกต้อง มีคุณภาพและมีมาตรฐาน โดยปรับปรุงและพัฒนาการกระบวนการจัดเก็บข้อมูล รวมทั้งขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น ทั้งในมิติของจำนวนรายการสินค้าและบริการ สนค. จะมีการทบทวนน้ำหนักสินค้าและบริการที่ควรอยู่ในตะกร้าเงินเพื่อใหม่ตามรูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนไป และตามเทคโนโลยี นอกจากนี้ต้องปรับปรุงดัชนีบางตัว เช่น ดัชนีความเชื่อมั่น เป็นต้น รวมถึงการขยายมิติของแหล่งข้อมูลเชิงพื้นที่ ซึ่งเรามีจุดแข็งคือ มีคนเก็บข้อมูลทั่วประเทศ ข้อมูลมาจากพื้นที่ปฐมภูมิ แต่สิ่งที่อยากให้ สนค. ทำเพิ่มเติมคือวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลึกที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงมาตรการ เหตุการณ์ และนโยบายต่างๆ โดยเฉพาะผลต่อเงินเพื่อ

งานส่วนที่ 6 คือ การพัฒนาบุคลากรเป็นเรื่องหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญมากด้วยความที่เราเป็นหน่วยงานที่ต้องมีความรอบรู้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ เพิ่มทักษะทั้งเชิงวิชาการ การคิดวิเคราะห์ ดิจิทัล ทักษะการจัดการประชุมระหว่างประเทศ ทักษะทางด้านภาษา (อังกฤษ จีน) ทักษะทางการทูต ก็จะมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญมาอบรมให้เจ้าหน้าที่ รวมถึงการขอทุนอบรมด้านต่างๆ ด้วย

Q : ในปีนี้เราจะได้รับตลาดใหม่ ท่านคิดว่านโยบายการค้าต่างๆ จะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางทางใด

A : การเลือกตั้งตาม Roadmap ที่วางไว้จะมีผลดีในด้านการสร้างความเชื่อมั่น ส่วนทิศทางก็ดูเหมือนทุกกลุ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศเหมือนกัน ในส่วนของที่ จากที่เดินสายลงพื้นที่มาคิดว่า ฐานรากที่ยั่งยืนประเทศไทยต้องมี (1) ผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง (2) การรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบสหกรณ์ วิสาหกิจเพื่อสังคม (3) การเข้าถึงองค์ความรู้ ทั้งข้อมูล การพัฒนา และการทำธุรกิจ (4) การนำเทคโนโลยีไปถึงกลุ่มฐานรากให้มากขึ้น ทั้งหมดนี้เพื่อแก้ปัญหาใหญ่ของไทย คือความเหลื่อมล้ำนั่นเอง

ปีนี้นาง สนค. จะมากขึ้น ขณะนี้เรากำลังตั้งมา 3 ปีแล้ว ที่คิดว่างานวิเคราะห์ระหว่างประเทศเราค่อนข้างทำได้แล้ว ส่วนปีหน้าการทำงานของเราจะรองรับนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศมากขึ้น รวมถึงการนำข้อมูล เช่น Big Data และดัชนีมาใช้ประโยชน์เชิงวิเคราะห์ให้มากกว่าเดิม ปีนี้เราจะมีการเข้าถึงกลุ่มประชาชนให้มากขึ้นด้วย จะมีการตั้ง Line Official ถ้าไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงจะใช้ชื่อ TPSO Trade Insights น่าจะเริ่มใช้ได้เดือนมกราคมนี้ ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลของเรา ขอฝากไว้ให้ติดตามกันด้วยค่ะ

เศรษฐกิจดิจิทัล : พัฒนาการ ผลกระทบ และความท้าทายต่อการค้าไทย*



■ “Disrupt or be disrupted เปลี่ยนหรือถูกเปลี่ยน” ถือเป็นวลีที่เหมาะสมกับสภาพทางธุรกิจในปัจจุบันนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากทุกวันนี้ มีธุรกิจหลายแห่งต้องปิดตัวลงเนื่องจากสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้น และการเข้ามาแทนที่ของคู่แข่งที่มองไม่เห็น นั่นคือเทคโนโลยีดิจิทัล ตัวอย่างที่เห็นใกล้ตัวที่สุดคือการปิดตัวลงของร้านค้าปลีก ในสหรัฐอเมริกา ร้านค้าปลีกแบรนด์ดังกว่า 28 ราย อาทิ Macy’s Toy R Us, JC Penny, Sears และ KMart ต้องปิดสาขาลงมากกว่า 5,000 สาขา ในปี 2560 และคาดการณ์ว่าอีก 2,500 สาขาจะต้องปิดตัวลงในปี 2561

ในความเป็นจริงแล้ว เศรษฐกิจโลกมีการพัฒนาการมาตลอดทุกยุคทุกสมัย ในช่วงเวลาหลายพันปีที่ผ่านมา มนุษย์เราได้คิดค้นเทคโนโลยีต่างๆ และได้รังสรรค์สิ่งก่อสร้างที่ใหญ่โตอลังการและสิ่งประดิษฐ์ที่เปลี่ยนแปลงวิถีความเป็นอยู่ไว้มากมาย อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจโลกเพิ่งมีพัฒนาการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดในช่วง 200 ปีที่ผ่านมา หลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 1 เมื่อศตวรรษที่ 18 หลังจากนั้น มีการปฏิวัติอุตสาหกรรม (IR: Industrial Revolution) อีกหลายครั้ง จนถึงปัจจุบันเป็นการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 เป็นยุคที่เศรษฐกิจโลกมีพัฒนาการอย่างก้าวกระโดดสูงที่สุดอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ในยุคนี้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนธรรมดาที่มีฟังก์ชันการประมวลผลข้อมูลสูงกว่าซูเปอร์คอมพิวเตอร์ในยุค 1980s ถึง 4 เท่า นอกจากนี้ ในยุคนี้ข้อมูลที่มนุษย์เราสร้างขึ้นมาในช่วงสองปีมีปริมาณมากกว่าข้อมูลทั้งหมดที่ถูกสร้างมาในอดีตทั้งหมด¹

อย่างไรก็ตาม แท้จริงแล้วเทคโนโลยีดิจิทัลไม่ใช่เรื่องใหม่ เนื่องจากการคิดค้นและพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เกิดขึ้นมานานแล้ว แต่ความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลได้เพิ่มขึ้นอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 หรือ Fourth Industrial Revolution ที่มีเทคโนโลยีดิจิทัลไปผสมผสานประยุกต์ใช้ด้วยกันอย่างกลมกลืนกับเทคโนโลยีกายภาพ (Physical) และชีวภาพ (Biological) หรือที่เรียกว่า Cyber Physical System โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นจุดเชื่อมโยงและก้าวกระโดดสำคัญ ซึ่งผลกระทบจะแตกต่างกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบอัตโนมัติทำงานแยกกับเทคโนโลยีประเภทอื่น ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) **รวดเร็ว** ซึ่งจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทวีคูณ (exponential) 2) **วงกว้าง** ครอบคลุมทุกประเภทสินค้าและบริการ และ 3) **เชิงระบบ** ซึ่งครอบคลุมทุกภาคส่วนและระบบการดำเนินงานของสังคมทั้งหมด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นสิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน สิ่งสำคัญที่สุดคือการเตรียมปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังหายใจรดต้นคอเราอยู่ตอนนี้

¹ JP Morgan (2017) Disrupted or Be Disrupted

* หมายเหตุ : บทความนี้ถูกตีพิมพ์ครั้งแรกในหนังสือ 36 ปี สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ ผลกระทบ และความท้าทายของเศรษฐกิจดิจิทัลต่อเศรษฐกิจการค้าของไทย โดยในส่วนแรกจะอธิบายถึงเศรษฐกิจดิจิทัลคืออะไร มีวิวัฒนาการเป็นอย่างไร ส่วนที่ 2 จะพูดถึงการแบ่งกลุ่มธุรกิจดิจิทัล ส่วนที่ 3 จะอธิบายรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป จากการเข้ามาของเทคโนโลยีดิจิทัล ส่วนที่ 4 อธิบายผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อเศรษฐกิจการค้าที่จะมาเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิต และทำประอบธุรกิจของเราอย่างใหญ่หลวง ส่วนที่ 5 จะพูดถึงความท้าทายของเศรษฐกิจดิจิทัลในด้านกฎระเบียบ และความเหลื่อมล้ำ และส่วนสุดท้ายจะให้ภาพของแนวโน้มนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อรองรับเศรษฐกิจดิจิทัลของไทย

1. เศรษฐกิจดิจิทัลคืออะไร

ตามนิยามของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เศรษฐกิจดิจิทัลหมายถึง เศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (หรือเรียกว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้เห็นยุคสมัย) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหารราชการแผ่นดิน รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น

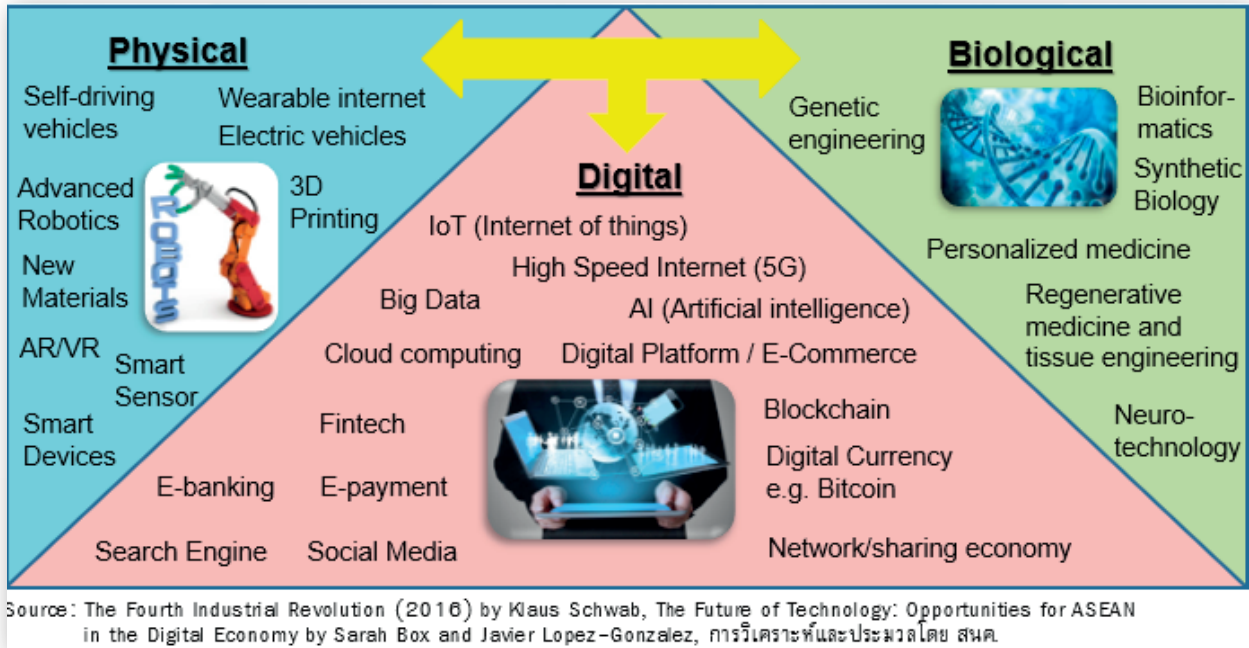
ดังนั้นในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนี้ เทคโนโลยีดิจิทัลถือเป็นกลไกพื้นฐานในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจที่เกิดการหลอมรวมกับเทคโนโลยีด้านอื่นๆ เกิดเป็น **สามกลุ่มเทคโนโลยีเปลี่ยนโลกในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4** ได้แก่ เทคโนโลยีด้านดิจิทัล (Digital) กายภาพ (Physical) และชีวภาพ (Biological) ดังรูป 1.1. ได้แก่

1.1 ด้านดิจิทัล (Digital) อาทิ IoT (Internet of Things), High Speed Internet (5G), Big Data, Cloud Computing, AI (Artificial Intelligence), Digital Platform, E-Commerce/E-Marketplace, Blockchain, Digital Currency, Fintech, E-Banking, E-Payment, Search Engine, Social Media, Network & Sharing Economy การปฏิวัติเทคโนโลยีดิจิทัล (digital transformation) ถือเป็นสะพานเชื่อมระหว่างทุกสิ่ง (internet of things: IoT) เกิดจากการที่ทุกสิ่งถูกเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นไปได้จากการที่เซ็นเซอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อมีราคาถูกมาก

1.2 ด้านกายภาพ (Physical) อาทิ 1) หุ่นยนต์อัจฉริยะ ที่เข้ามาทำงานในภาคบริการและเกษตรมากขึ้น (นอกเหนือจากภาคอุตสาหกรรม) และสามารถคิด

และรับรู้ความรู้สึกได้เองผ่านการเข้าถึงข้อมูลมหาศาล (artificial intelligence)
 2) ระบบการผลิตสามมิติ (additive manufacturing or 3D Printing)
 3) ยานยนต์ไร้คนขับ และ 4) วัสดุใหม่ (new materials) เช่น วัสดุนาโน กราฟีน (มีความหนาเพียงหนึ่งอะตอมเท่านั้น ซึ่งบางกว่าเส้นผมมนุษย์ถึง 1 ล้านเท่า แต่มีความแข็งแรงสูงกว่าเหล็กกล้าที่มีน้ำหนักเท่ากันถึง 200 เท่า นอกจากนี้ยังมีความยืดหยุ่นสูง น้ำหนักเบา และเกือบจะโปร่งใส รวมทั้งยังนำความร้อนและไฟฟ้าได้เป็นอย่างดี) และ 5) อุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart devices)

1.3 ด้านชีวภาพ (Biological) อาทิ Genetic Engineering, Bioinformatics, Synthetic Biology, Personalized Medicine, Regenerative Medicine & Tissue Engineering, Neurotechnology ซึ่งมีประโยชน์มหาศาลต่อภาคบริการและภาคการเกษตร ในการรักษาโรคติดต่อทางพันธุกรรมต่างๆ การผลิตยา การชะลอวัย การยืดอายุอาหาร รวมทั้งการพัฒนาพันธุ์สัตว์และพืช

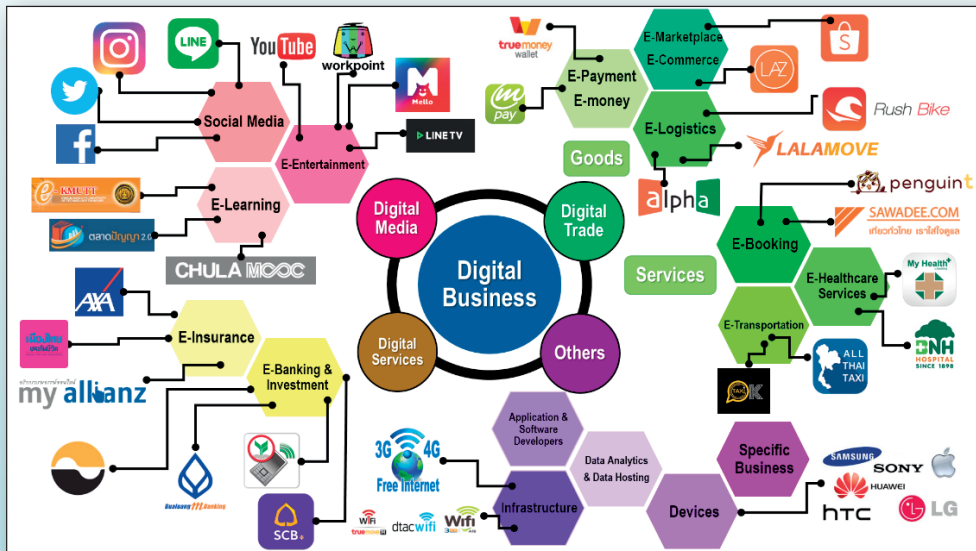


รูป 1.1 สามกลุ่มเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก

2. การแบ่งประเภทของธุรกิจดิจิทัล

ธุรกิจดิจิทัลมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ตามการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว โดยธุรกิจดิจิทัล (Digital Business) ในยุคเศรษฐกิจใหม่นี้สามารถถูกแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม² ดังรูปที่ 2.1 ได้แก่ ดิจิทัลมีเดีย (Digital Media) การค้าดิจิทัล (Digital Trade) ดิจิทัลเซอร์วิส (Digital Service) และธุรกิจดิจิทัลอื่นๆ (Others) โดยในแต่ละประเภทมีการแบ่งรูปแบบธุรกิจออกตามลักษณะและวัตถุประสงค์การใช้งาน ดังต่อไปนี้

รูปที่ 2.1 การแบ่งประเภทธุรกิจดิจิทัล (Digital Business)



²ที่มา: โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

2.1 ดิจิทัลมีเดีย (Digital Media) เป็นช่องทางสื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียงมาจัด รูปแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารทางออนไลน์ ในภาคธุรกิจนี้มูลค่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจเพลง โรงภาพยนตร์ และ e-Movie มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบไปด้วย

1) **Social Media:** สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างเช่น Facebook, Twitter, Instagram, Line และ Skype เป็นต้น

2) **E-Entertainment:** แหล่งรวมดิจิทัลคอนเทนต์หลากหลายรูปแบบจากผู้ผลิตคอนเทนต์ให้บริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น YouTube, JOOX, iTunes, Line TV และเกมส์ออนไลน์ เป็นต้น

3) **E-Learning:** การเรียนรู้บนฐานเทคโนโลยี ซึ่งครอบคลุมวิธีการเรียนรู้จากหลายรูปแบบ อาทิเช่น การเรียนรู้บนคอมพิวเตอร์ (Computer-Based Learning) การเรียนรู้บนเว็บไซต์ (Web-Based Learning) ห้องเรียนเสมือนจริง (Virtual Classrooms) และความร่วมมือกันผ่านระบบดิจิทัล (Digital Collaboration) เป็นต้น

2.2. ดิจิทัลเทรด (Digital Trade) เป็นการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความสะดวกสบาย และช่องทางหรือโอกาสทางการค้า โดยรูปแบบธุรกิจที่เกิดขึ้นในตลาด e-Commerce ของไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของ B2B มีมูลค่าตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยในปี 2018 มีมูลค่าสูงถึง 2.8 ล้านล้านบาท (ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์) โดยจะพิจารณาออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้

1) **Goods หรือการค้าดิจิทัลในรูปแบบของการส่งมอบสินค้า** โดยมีส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) **E-Marketplace & E-Commerce:** เป็นเว็บไซต์สื่อกลางการติดต่อซื้อขาย ที่รวบรวมสินค้าและร้านค้าหรือบริษัทจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น Lazada, Shopee และ Tarad.com เป็นต้น

(2) **E-Payment:** การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นการโอนสิทธิการถือครองเงินหรือการโอนสิทธิ การถอนเงิน หรือหักเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการ ตัวอย่างเช่น True wallet, M Pay, Visa, Master Card เป็นต้น

(3) **E-Logistics:** การให้บริการขนส่งและคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มผู้ให้บริการ คือ

- ผู้ให้บริการขนส่ง (E-Delivery) คือ ผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าโดยมียานพาหนะหลายรูปแบบ ตัวอย่างเช่น Lalamove, Rush Bike และ Line man เป็นต้น

- ผู้ให้บริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง (E-Fulfillment) คือ ผู้ให้บริการที่ครอบคลุมบริการหลายอย่างไว้ด้วยกัน ซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าให้แบบครบวงจร ได้แก่ บริการพื้นที่เก็บสินค้า (Storage and Warehouse) โดยมีพื้นที่ในการเก็บสินค้าให้กับเจ้าของธุรกิจ ตัวอย่างเช่น Sokochan, Shipyour และ Alpha เป็นต้น

2) **Services หรือการค้าดิจิทัลในรูปแบบของการส่งมอบบริการ** ที่ต้องมีการบริการทางกายภาพโดยมีส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) **E-Booking:** การบริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถทำการจองหรือสำรองบริการประเภทต่างๆ ได้ ตัวอย่างเช่น Booking.com, Expedia, Traveloka และการจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ของสายการบินต่างๆ เป็นต้น

(2) **E-Transportation:** การให้บริการที่มีการผสมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า อำนวยความสะดวกให้กับการเดินทาง ตัวอย่างเช่น Grab เป็นต้น



(3) **E-Healthcare Services:** การบริการที่นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลและบริการ ICT รวมถึงแอปพลิเคชันที่สนับสนุนด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการด้านสุขภาพและประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น Samsung S Health และการใช้บริการโรงพยาบาลต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ โรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลบีเอ็นเอช และโรงพยาบาลกรุงเทพ เป็นต้น

2.3. ดิจิทัล เซอร์วิส (Digital Services) เป็นรูปแบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ที่กระบวนการการให้บริการสามารถเสร็จสิ้นหรือส่งมอบบริการได้ทันทีโดยไม่ต้องมีการบริการทางกายภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง Mobile Banking เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีอัตราการขยายตัวที่สูงมาก ประกอบไปด้วย

1) **E-Banking & Investment:** การทำธุรกรรมต่างๆ กับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างเช่น K Plus, KTB Netbank และ SCB Easy เป็นต้น และการลงทุนโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Steaming เป็นต้น

2) **E-Insurance:** การประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องในการผลิตและจำหน่ายบริการประกันภัย เช่น การซื้อประกันออนไลน์กับ Asia Insurance, เมืองไทยประกันชีวิต และกรุงเทพประกันภัย เป็นต้น

2.4. ดิจิทัลอื่นๆ (Other) เป็นส่วนองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการดำเนินงานด้านดิจิทัล เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สนับสนุนการดำเนินการต่างๆ เพื่อส่งเสริมธุรกิจประเภทดิจิทัล ธุรกิจประเภทนี้ประกอบไปด้วย

1) **Specific Business:** เป็นธุรกิจเฉพาะทางที่มีการให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

2) **Devices:** อุปกรณ์ที่ใช้เป็นช่องทางการเข้าถึงการให้บริการหรือทำธุรกรรมต่างๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ และ Tablet เป็นต้น

3) **Network Infrastructure:** โครงสร้างพื้นฐานเป็นส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น สัญญาณ WIFI, 3G และ 4G เป็นต้น

4) **Application & Software Developer:** ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแอปพลิเคชันและซอฟต์แวร์ต่างๆ ของคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีบล็อกเชนด้วย

5) **Data Analytic & Data Hosting:** ธุรกิจ Data Analytic จัดว่าเป็นเครื่องมือสำคัญทางธุรกิจในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อค้นหารูปแบบความสัมพันธ์หรือความเชื่อมโยงของข้อมูลให้สะท้อนผลของแนวโน้มทางการตลาด พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงความต้องการของลูกค้าได้

3. รูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปและผลกระทบ

พัฒนาการทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงลักษณะการทำธุรกิจของธุรกิจดิจิทัล ภายใต้การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการค้า และการดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนเป็นอย่างมาก โดยรูปแบบการค้ามีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตถึงปัจจุบัน ตั้งแต่การค้าแบบดั้งเดิม การค้าผ่านห่วงโซ่คุณค่า และมาถึงปัจจุบันที่เป็นการค้าในยุคดิจิทัล โดยรูปแบบการค้าในยุคต่างๆ มีปัจจัยผลักดัน ลักษณะเด่น และผลกระทบ (รูปที่ 3.1) ดังนี้

รูปที่ 3.1 รูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลง ลักษณะเด่น และผลกระทบ



ที่มา: The Future of Technology: Opportunities for ASEAN in the Digital Economy by Sarah Box and Javier Lopez-Gonzalez

3.1 การค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

- **ปัจจัยผลักดัน:** เกิดจากต้นทุนการขนส่งที่ลดลง
- **ลักษณะเด่น:** การแบ่งแยกการผลิตและการบริโภคระหว่างประเทศ โดยเป็นการค้าสินค้าขั้นสุดท้าย (the first unbundling) โดยแบ่งแยกชัดเจนระหว่างสินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตโดยประเทศอุตสาหกรรมพัฒนาแล้ว และสินค้าเกษตรพื้นฐาน ผลิตโดยประเทศกำลังพัฒนา ตามหลักการความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative advantage) นอกจากนี้การค้าบริการยังเกิดขึ้นน้อย เนื่องจากบริการส่วนใหญ่ อาทิ การท่องเที่ยว การขนส่ง ยังไม่สามารถถูกส่งออกหรือนำเข้าได้โดยสะดวก
- **ประเด็นทางการค้าที่สำคัญ:** เน้นการเจรจาเพื่อการเข้าถึงตลาด (Market Access) อาทิ การลดภาษีนำเข้า และการเปิดตลาดการค้าสินค้าสำเร็จรูป

3.2 การค้าผ่านห่วงโซ่คุณค่าโลก (Trade in GVC : Global Value Chain)

- **ปัจจัยผลักดัน:** ต้นทุนการขนส่งและติดต่อสื่อสารที่ลดลง ทำให้การประสานงานระหว่างขั้นตอนการผลิต และระหว่างโรงงานผลิตที่ตั้งอยู่ระหว่างประเทศทำได้ง่าย
- **ลักษณะเด่น:** เกิดการแบ่งแยกการผลิตระหว่างประเทศอย่างชัดเจนระหว่างสินค้าวัตถุดิบ สินค้าขั้นกลาง และสินค้าขั้นสุดท้าย (the second unbundling) นอกจากนี้ การค้าบริการยังมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะบริการทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โลจิสติกส์ และการขนส่ง ซึ่งถือเป็น “กาว” ที่เชื่อมระหว่างหน่วยผลิตต่างๆ ที่กระจายอยู่ทั่วโลก
- **ประเด็นทางการค้าที่สำคัญ:** ความเชื่อมโยงระหว่างการค้า การลงทุน บริการ และเทคโนโลยี เนื่องจากการแบ่งแยกกันผลิต ทำให้การลงทุนระหว่าง

ประเทศมีความสำคัญมากขึ้น ประเด็นการค้าระหว่างประเทศจึงเน้นการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการลงทุน การคุ้มครองนักลงทุน และการส่งเสริมการค้าเทคโนโลยี เพื่อยกระดับโครงสร้างการผลิตสินค้า เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาวของประเทศ นอกจากนี้ ยังมีประเด็นการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation) เนื่องจากปริมาณการค้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก จากการที่สินค้ามีการข้ามพรมแดนหลายครั้ง และมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTMs) ที่มีบทบาทมากขึ้น แทนที่มาตรการกีดกันทางภาษี

3.3 การค้ายุคดิจิทัล (Digital Trade & Digital Economy)

- **ปัจจัยผลักดัน:** การลดลงของต้นทุนการขนส่งและการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งการเข้าถึงและการเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัล (Digitalization) ทำให้ต้นทุนการแชร์ข้อมูลผ่านทาง digital platform และอุปกรณ์อัจฉริยะถูกลง
- **ลักษณะเด่น:** ภาคบริการมีบทบาทมากขึ้นในการแบ่งแยกการผลิตระหว่างประเทศ (greater tradability of services) โดยบางประเทศเป็นแหล่งคิดค้นนวัตกรรม และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในขณะที่บางประเทศเป็นตัวกลางในการค้า การตลาด และการขนส่ง โดยไม่ได้ทำการผลิตเอง ตามหลักการ Smile curve นอกจากนี้มีการขยายตัวของการค้าสินค้าปริมาณน้อยๆ ซึ่งถือเป็นโอกาสของธุรกิจขนาดเล็ก การเพิ่มขึ้นของการค้าบริการดิจิทัลระหว่างประเทศ การผสมผสานระหว่างสินค้าและบริการจนแยกกันไม่ออก (greater bundling of products and services)
- **ประเด็นทางการค้าใหม่ๆ ที่สำคัญ:** การไหลเวียนของข้อมูลระหว่างประเทศ (data flows) ความเชื่อมโยงทางดิจิทัล (digital connectivity) ความสามารถในการทำงานร่วมกันผ่านระบบดิจิทัล (interoperability) การเก็บข้อมูลการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ

4. ผลกระทบสำคัญของการค้ายุคดิจิทัล

รูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลข้างต้น มีผลถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและเชิงระบบของเศรษฐกิจภาพรวม โดยมีผลกระทบสำคัญ ดังนี้

4.1 Digital Platform มีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะดิจิทัลแพลตฟอร์มเข้ามาทดแทนตัวกลางอย่างอื่นในการเชื่อมโยงผู้ขายและผู้ซื้อได้ดียิ่งขึ้น ช่วยลดต้นทุนในการหาข้อมูลและกระจายข้อมูลให้ทั่วถึงของลูกค้า อาทิ การ review ต่างๆ ช่วยทำให้ธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจของบุคคลธรรมดาสามารถขยายการผลิตและการค้าได้สะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะในการส่งออก

4.2 การค้าปลีกออนไลน์ (E-tail) ขยายตัวอย่างรวดเร็ว การค้าระหว่างประเทศปริมาณน้อยๆ ที่มีมูลค่าต่ำขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กหรือบุคคลธรรมดาสามารถทำการค้าได้เองมากขึ้น ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น eBay หรือ Alibaba เป็นต้น ซึ่งก่อนหน้านี้สินค้าหรือบริการมูลค่าต่ำประสบปัญหาต้นทุนการค้าที่สูง ทั้งค่าขนส่ง ค่าธรรมเนียมทางการเงิน ค่าพิธีการทางศุลกากร ทำให้ไม่คุ้มกับการทำการค้า ทั้งนี้ การศึกษาโดยสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ พบว่าผู้ส่งออกส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นใหม่เป็นผู้ส่งออกขนาดเล็ก และส่วนใหญ่ไม่สามารถอยู่รอดในตลาดส่งออกได้นาน การค้าในยุคดิจิทัลจึงสามารถช่วยลดปัญหาการอยู่รอดของผู้ค้าขนาดเล็กได้ และทำให้ผู้เล่นรายเล็กๆ และธุรกิจยุคใหม่มีบทบาทมากขึ้น (ถ้าเข้าถึงและปรับตัวเท่าทันเทคโนโลยี)

4.3 การค้าบริการมากขึ้น

1) เส้นแบ่งระหว่างสินค้าและบริการไม่ชัดเจน จะผสมผสานกันมากขึ้น (Servicification of manufacturing) ปรากฏการณ์การผสมผสานนี้สามารถเกิดขึ้นได้เมื่อสินค้าทางกายภาพถูกใช้เป็นส่วนประกอบในการสั่งและให้บริการ (embedded services) อาทิ โทรศัพท์มือถือที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการสั่งบริการต่างๆ รวมทั้งก่อให้เกิดบริการรูปแบบ application ต่างๆ มากมาย เพื่ออำนวยความสะดวก การบริการยังเป็นปัจจัยการผลิตต้นน้ำที่สำคัญของการผลิตสินค้า อาทิ การวิจัยและพัฒนา การออกแบบ การบริหารและการให้คำปรึกษา (embodied services) การขยายตัวของบริการดังกล่าวทำให้สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของภาคบริการในมูลค่าการส่งออกสินค้า (service value added content of gross exports) เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งถ้ามูลค่าเพิ่มของภาคบริการที่ถูก “ซ่อน” อยู่ในมูลค่าสินค้าขั้นสุดท้ายถูกแยกออกมา จะทำให้มูลค่าเพิ่มภาคบริการมีสัดส่วนสูงถึงเกือบร้อยละ 50 มากกว่าภาคการผลิต จากเดิมที่ภาคบริการมีสัดส่วนอยู่เพียงร้อยละ 20-30 ในมูลค่าการส่งออกรวมเท่านั้น ทำให้ภาคบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นกลจักรในการผลักดันการส่งออกอย่างแท้จริง

การผสมผสานกับระหว่างสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นส่งผลทำให้การออกแบบและดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจ หรือกฎระเบียบที่แบ่งแยกระหว่างสินค้าและบริการออกจากกัน มีประสิทธิภาพลดลง ยกตัวอย่างเช่น การลดภาษีนำเข้าสินค้าชั้นกลางที่มีเทคโนโลยีสูง เพื่อนำมาใช้ในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมสมัยใหม่อาจไม่เพียงพอ หากยังต้องมีการลดข้อจำกัดของบุคลากรที่มีทักษะสูงทางด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมจากต่างประเทศในการเข้ามาในไทยให้บริการถ่ายทอดความรู้ หรือเป็นที่ปรึกษาในการบริหารจัดการด้วย จึงจะทำให้แนวโน้มนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมสมัยใหม่สำเร็จตามเป้าหมายอย่างแท้จริง

2) มูลค่าและสัดส่วนของการส่งออกบริการ ICT เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

โลกมีมูลค่าการส่งออกบริการ ICT เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 5.4 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2547 คิดเป็นร้อยละ 26.1 ของมูลค่าส่งออกบริการรวมมาเป็น 1.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 31.4 ของมูลค่าการส่งออกบริการรวม ในปี 2559

สำหรับประเทศไทย มีมูลค่าการส่งออกบริการ ICT เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จาก 3.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2536 คิดเป็นร้อยละ 28.8 ของมูลค่าส่งออกบริการรวมของไทย มาเป็น 1.2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 17 ของมูลค่าการส่งออกบริการรวมของไทย ซึ่งลดลงเนื่องจากการท่องเที่ยวของไทยขยายตัวสูงมากกว่า ในปี 2559

4.4 เกิดอาชีพหรือธุรกิจบริการใหม่ๆ

อาทิ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ การบริการความปลอดภัยทางไซเบอร์ หรือการบริการคอมพิวเตอร์ทางไกล นอกจากนี้ การเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลยังได้ทำให้อุตสาหกรรมบริการดั้งเดิมอื่นๆ เช่น การขนส่ง หรือการบริการที่พัก สามารถถูกส่งออกได้มากขึ้น โดยที่ผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมีสาขาอยู่ในประเทศของผู้รับบริการ อาทิ Airbnb และ Grab การเกิดขึ้นของบริการสมัยใหม่ที่มีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นพื้นฐานนี้มีนัยยะต่อการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสินค้าและบริการที่ไม่เคยมีมาก่อนในอดีต ทั้งยังส่งผลต่อข้อพิพาทด้านกฎระเบียบ อย่างเช่นในกรณีของ Grab และแท็กซี่ปกติ เป็นต้น

4.5 Big Data และการแลกเปลี่ยนข้อมูลมีบทบาทมากขึ้น

1) ข้อมูลสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในห่วงโซ่มูลค่าทุกขั้นตอนตั้งแต่ก่อนการผลิต ระหว่างการผลิต และหลังการผลิต ซึ่งสนับสนุนแนวคิด การใช้ความต้องการเป็นตัวนำ (Demand Driven) และการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) ได้แก่

(1) ก่อนการผลิต สินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น (การพยากรณ์ความต้องการ การเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค) เช่น การรู้พฤติกรรมผู้บริโภคผ่าน search engine

(2) ระหว่างการผลิต สร้างสรรค์คุณค่าให้สอดคล้องกับความต้องการลดต้นทุน การหาแหล่งวัตถุดิบ การระดมทุน การจ้างงาน การบริหารงานผลิตรักษา

(3) หลังการผลิต ทำการตลาดและการขายอย่างมีประสิทธิภาพลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้า มีช่องทางตลาดและการขายออนไลน์

2) การเคลื่อนย้ายข้อมูลมีความสำคัญมากขึ้น

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ข้อมูลกลายเป็นขุมทรัพย์สำหรับการทำธุรกิจ (Data is the new oil) ดังนั้นการแลกเปลี่ยนและเคลื่อนย้ายข้อมูลจึงมีความสำคัญมากขึ้น อย่างไรก็ตาม อุปสรรคของการเคลื่อนย้ายข้อมูลระหว่างประเทศคือกฎระเบียบที่ควบคุมการเคลื่อนย้ายข้อมูล (data flow regulations) ซึ่งมีการใช้กันอย่างทั่วไปในประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งประกอบด้วย ข้อกำหนดในการเก็บข้อมูลไว้ภายในประเทศ (local data storage) กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (data privacy laws) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทางภูมิศาสตร์ (Geolocation Data Privacy) และการกำหนดการส่งผ่านข้อมูลเฉพาะทาง (Traffic Routing)

อย่างไรก็ตาม กฎระเบียบที่ควบคุมการเคลื่อนย้ายข้อมูลเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากการรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล รวมทั้งเป็นเหตุผลเรื่องความมั่นคงของชาติด้วย ดังนั้น ความท้าทายคือการหาความสมดุลระหว่างการป้องกันด้านความมั่นคงของข้อมูลและการเปิดเสรีด้านการส่งข้อมูลที่สะดวกรวดเร็ว

4.6 ตัวกลางมีบทบาทลดลง

หนึ่งในต้นทุนสำคัญของระบบเศรษฐกิจคือต้นทุนธุรกรรมหรือต้นทุนค่าโสหุ้ย (Transaction cost) ในฐานะผู้บริโภค ต้นทุนธุรกรรมที่สำคัญคือค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่ต้องจ่ายให้ตัวกลาง (เช่น ธนาคาร) ที่ทำหน้าที่สร้างความไว้วางใจระหว่างคู่สัญญาสองฝ่าย ซึ่งถือเป็นค่าใช้จ่ายมูลค่ามหาศาล Blockchain คือ เทคโนโลยีที่ช่วยนำมาซึ่งความปลอดภัย น่าเชื่อถือ โดยไม่ต้องอาศัยคนกลาง มีระบบการทำงานแบบกระจายศูนย์ ทำให้ข้อมูลธุรกรรมของแต่ละคนเป็นเสมือนห่วงโซ่ (Chain) และทำให้ Block ของข้อมูลเชื่อมต่อกัน และข้อมูลในแต่ละบล็อกจะไม่สามารถถูกเปลี่ยนแปลงได้ สามารถนำไปใช้ในธุรกรรมได้หลากหลาย อาทิ สัญญาอัจฉริยะ (Smart Contract) หนังสือรับรอง การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (ปัจจุบันที่โด่งดัง คือนำไปใช้ในสกุลเงินดิจิทัล เช่น Bitcoin เป็นต้น) ดังนั้น บล็อกเชนจะช่วยลดต้นทุนและข้อจำกัดทางการค้า เพราะต้นทุนและความเสี่ยงลดลง ลดบทบาทตัวกลาง ธุรกรรมทำได้แบบ Peer to Peer อย่างรวดเร็ว เสริมสันพันธ์ที่ ช่วยลดปัญหาการฟ้องร้อง ข้อมูลการซื้อขายถูกเก็บอัตโนมัติ ลดการใช้แรงงานคนในการบริหาร



4.7 ผลกระทบของเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านกายภาพ : 3D Printing, Robotics, Self-Driving Vehicles, Smart Devices

นอกจากเทคโนโลยีดิจิทัลแล้ว เทคโนโลยีทางกายภาพสมัยใหม่ในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ยังส่งผลกระทบอย่างใหญ่หลวงต่อระบบเศรษฐกิจ การค้าของประเทศ และจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีทางกายภาพเหล่านี้จะไม่ได้เลยหากไม่มีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นพื้นฐาน

1) **3D Printing** ช่วยลดการผลิตแบบเน้นปริมาณ ลดต้นทุนโลจิสติกส์ และการจัดเก็บสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย (Customization) ธุรกิจบริการออกแบบสินค้ามีความจำเป็นและสำคัญมากขึ้น อย่างไรก็ตาม มีความเสี่ยงต่อการเลียนแบบสินค้า การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และผลิตภัณฑ์อันตราย อาทิ อาวุธปืน

2) **Advanced Robotics** ช่วยลดการพึ่งพิงแรงงานมนุษย์ ช่วยแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะงานอันตราย งานสกปรก งานซ้ำซาก สามารถประยุกต์ใช้ในธุรกิจบริการมากขึ้น เกิดปรากฏการณ์ Re-shoring กลับไปยังประเทศพัฒนาแล้ว เนื่องจากไม่ต้องใช้แรงงานราคาถูกในประเทศอื่นอีกต่อไป ทำให้มนุษย์ (แรงงานทักษะไม่สูง) มีแนวโน้มตกงานมากขึ้น เนื่องจากถูกแทนที่โดยหุ่นยนต์ จึงอาจมีปัญหาด้านกำลังซื้อจากแรงงานไร้ฝีมือตกงานได้

3) **Self-Driving Vehicles** จะช่วยให้การขนส่งสะดวกและปลอดภัยมากขึ้น ช่วยลดอุบัติเหตุ เพิ่มคุณภาพชีวิต อย่างไรก็ตาม จะทำให้ธุรกิจยานยนต์ การขนส่ง (แบบดั้งเดิม) และประกันภัยทางถนน ยอดขายจะลดลง ทั้งนี้ ในระยะนี้จะเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านจากรถยนต์เชื้อเพลิงน้ำมันสู่รถยนต์ไฟฟ้า และรถยนต์ไร้คนขับต่อไป

4) **Smart Devices** หรืออุปกรณ์อัจฉริยะ ซึ่งใช้ประโยชน์จากการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ระบบรับข้อมูลและประมวลผลอัจฉริยะ รวมทั้งเชื่อมต่อกับ Smart Device อื่นๆ เข้าด้วยกัน อาทิ โทรศัพท์ กระเป๋าเงิน เฟอร์นิเจอร์/เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน เพื่อเพิ่มอรรถประโยชน์ (Utilization) และตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตคนรุ่นใหม่มากขึ้น โดยจะพัฒนาจากอุปกรณ์แบบพกพาหรือมือถือ (Mobile) เป็นแบบสวมใส่ (Wearable) และฝังเข้าไปในร่างกาย (Embedded) ในอนาคต

กล่าวโดยสรุป เทคโนโลยีดิจิทัลในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 จะทำให้ปริมาณการค้า ความไว้วางใจ ประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และความสะดวกในการทำธุรกิจเพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาสินค้าและบริการ ค่าตัวแทนและค่านายหน้า การฉ้อโกง ทุจริตและการคอร์รัปชัน การพึ่งพิงแรงงานมนุษย์ลดลง และก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กและผู้บริโภครายย่อยเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล สร้างโอกาสในการเติบโตอย่างทั่วถึง และท้ายที่สุดจะทำให้ระบบเศรษฐกิจไหลลื่น คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ขยายตัวอย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ในที่สุด

5. ความท้าทาย

คุณประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัลที่กล่าวไว้ข้างต้นแฝงไว้ด้วยความท้าทายสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไข หากไทยจะได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลสูงสุด ความท้าทายดังกล่าวที่สำคัญ ได้แก่

5.1 ความเหลื่อมล้ำ

ความท้าทายที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาทางเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลคือความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital divide) ซึ่งคือความแตกต่างด้านโอกาสระหว่าง



ผู้ที่สามารถและไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งทำให้คนกลุ่มหลังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากโลกดิจิทัลในการหาข้อมูล เพิ่มความรู้ สร้างโอกาสทางธุรกิจและการทำงาน และการเข้าถึงบริการของรัฐได้ ทำให้ช่องว่างระหว่างทางรายได้และการจ้างงานที่ย่ำแย่อยู่แล้วย่ำแย่ลงไปอีก

อย่างไรก็ตาม **ประเทศกำลังพัฒนาอย่างไทยมีโอกาสในการก้าวกระโดดแบบกบ (leapfrog)** นั่นคือการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเดินซ้ำตามเส้นทางการพัฒนาของประเทศพัฒนาแล้วที่มีเทคโนโลยีสูงกว่า กระบวนการก้าวกระโดดแบบกบมีให้เห็นอยู่ทั่วไป ยกตัวอย่างเช่น ผู้คนในหลายประเทศในแอฟริกาสามารถใช้โทรศัพท์มือถือในการติดต่อสื่อสาร เข้าถึงข้อมูล และทำธุรกรรมต่างๆ บนโลกออนไลน์ได้ทันที ทั้งๆ ที่ไม่เคยใช้โทรศัพท์แบบสายมาก่อน หรือการที่ประเทศกำลังพัฒนานำเอาเทคโนโลยีด้านพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้เพื่อทดแทนการพึ่งพาพลังงานจากน้ำมัน เพื่อก้าวข้ามการก่อให้เกิดมลพิษทางสิ่งแวดล้อมจากน้ำมันได้ เป็นต้น ในบริบทของเศรษฐกิจดิจิทัล เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถถูกนำมาใช้เพื่อให้ประเทศกำลังพัฒนาอย่างไทยก้าวกระโดดแบบกบได้ และช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำสำหรับคนหมู่มาก ที่ก่อนหน้านี้อาจจะยังไม่มีโอกาสแม้แต่จะเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

เทคโนโลยีดิจิทัลสำคัญที่มีศักยภาพในการเร่งกระบวนการก้าวกระโดดแบบกบ และส่งเสริมการเติบโตแบบทั่วถึงของประเทศกำลังพัฒนา ที่มีกรณีศึกษาหลายกรณีคือ เทคโนโลยีบล็อกเชน อาทิ ปาปัวนิวกินีได้นำบล็อกเชนมาใช้ส่งเสริมการเข้าถึงทางการเงินให้กับกลุ่มคนที่ไม่มียุติบัตรหรือไม่มีบัตรประจำตัวประชาชน ด้วยการโอนเงินสวัสดิการจากรัฐสู่กระเป๋าเงินดิจิทัล (digital wallet) ของประชาชนโดยตรงผ่านบล็อกเชน และประชาชนสามารถใช้ข้อมูลทางชีวมิติ (biometric) ได้แก่ กลายนิ้วมือ และอื่นๆ เพื่อพิสูจน์ตัวเองเพื่อใช้เงินสวัสดิการได้ทันที โดยไทยสามารถนำระบบนี้มาใช้พัฒนาระบบการให้และเบิกจ่ายเงินในโครงการสวัสดิการแห่งรัฐได้ ซึ่งจะช่วยลดการทุจริต และส่งเสริมการเข้าถึงความช่วยเหลือทางสวัสดิการแห่งรัฐของบุคคลด้อยโอกาสได้มากขึ้น

เทคโนโลยีบล็อกเชนยังสามารถถูกนำมาใช้ในการพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ของสินค้าเกษตรและอาหาร เนื่องจากสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และสะดวกรวดเร็ว ซึ่งนอกจากจะช่วยแก้ไขปัญหาคาการเรียกคืนสินค้า ลดความเสี่ยงของการขยายตัวของปัญหา และช่วยให้เกษตรกรหรือผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลเพื่อตัดสินใจ และจัดการกับปัญหานั้นได้อย่างทันที่แล้ว ยังช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรให้มีความแตกต่างด้านคุณภาพ ความปลอดภัย สร้างความสามารถทางการแข่งขันในการส่งออกได้ โดยมีตัวอย่างเช่น ประเทศฟิลิปปินส์นำบล็อกเชนมาใช้เพื่อติดตามแหล่งที่มาของปลาทูน่า โดยสามารถบอกได้ว่าปลาที่จับมานั้นจับมาเมื่อไหร่ จับที่ไหน ด้วยเรือลำไหน และด้วยวิธีใด ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าปลาทูน่าที่ซื้อมามีที่มาถูกต้องตามกฎหมาย และเวียดนาม โดยบริษัท TE Food ได้ทำโครงการตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์อาหารจากหมู ไก่ และไข่ไก่ ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ฟาร์ม โรงฆ่าสัตว์ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ถึงผู้บริโภค ที่สามารถตรวจสอบอาหารสดด้วยการใช้ QR Code บนบรรจุภัณฑ์ห่ออาหารได้ และมีการขยายการตรวจสอบไปยัง เนื้อวัว ปลา อาหารทะเล และผักผลไม้ด้วย

5.2 กฎหมาย

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลมาควบคู่กับภัยคุกคามหลากหลาย อาทิ การโจรกรรมข้อมูลและการหลอกลวงทางอินเทอร์เน็ต การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ ข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ และธุรกิจยุคใหม่ เช่น Grab Airbnb หรือการเก็บภาษีธุรกิจดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งการแก้ปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล ซึ่งขณะนี้ไทยยังไม่เท่าทันการเปลี่ยนแปลง หรือในบางกรณีเป็นอุปสรรคในการขยายตัวอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจดิจิทัล โดยการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายต้องทำอย่างรอบด้าน ได้แก่ 1) การส่งเสริมและสนับสนุน เช่น ความต้องการด้านแหล่งเงินทุน ภาษี บุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทาง ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ รวมถึงการส่งเสริมด้านองค์ความรู้ 2) ความล่าช้าและยุ่งยากของ



กระบวนการทำงานโดยหน่วยงานภาครัฐ ไม่สอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจดิจิทัลที่ต้องรวดเร็ว 3) การเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูล 4) การคุ้มครองผู้บริโภค และ 5) การบังคับใช้กฎหมาย

สำหรับไทย ขณะที่กำลังเขียนบทความนี้ มีร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลอยู่ระหว่างการดำเนินการ ได้แก่ 1) ร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2) ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ ...) พ.ศ. และ 3) ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. ซึ่งจะเป็นได้ว่าเป็นร่างกฎหมายที่สำคัญอย่างยิ่งยวดในการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลให้เติบโตอย่างยั่งยืน

6. แนวนโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลของไทย

ในยุคเศรษฐกิจใหม่ที่มีความท้าทายรอบด้านนี้ การส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลให้เจริญก้าวหน้าเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่ทุกๆ ประเทศ รวมทั้งไทย จำเป็นต้องปรับใช้จากการผลักดันของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ทำให้สถานะการพัฒนาและความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลของไทยมีพัฒนาการดีขึ้นตามลำดับที่ผ่านมาสถาบัน International Institute for Management Development (IMD) ได้ทำการจัดอันดับ World Digital Competitiveness Ranking เพื่อวัดศักยภาพในการแข่งขันด้านดิจิทัลของประเทศต่างๆ รวม 63 ประเทศทั่วโลก โดยในการจัดอันดับล่าสุดปี 2018 ประเทศไทยได้อันดับที่ 39 ใกล้เคียงกับคาซัคสถาน (อันดับ 38) และรัสเซีย (อันดับ 40) ดีขึ้นจากอันดับที่ 41 ในปี 2017 ซึ่งไทยยังเป็นรองสิงคโปร์ที่ได้อันดับ 2 และมาเลเซียที่ได้อันดับ 27 โดยด้านที่เป็นจุดอ่อนของไทยมากที่สุดคือด้านการประยุกต์ในเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Integration) ในด้านการส่งเสริมรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-government) และการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ อีกเรื่องที่เป็นจุดอ่อนคือเรื่องทักษะเทคโนโลยีและดิจิทัล (Digital/Technology skills) ในขณะที่จุดแข็งของไทยได้แก่ จำนวนผู้ใช้โมบายบรอดแบนด์ การให้บริการทางการเงินการธนาคาร และมูลค่าการส่งออกสินค้าเทคโนโลยีขั้นสูง

เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจดิจิทัลของไทยให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการนำดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ รัฐบาลไทยให้มั่นนโยบายชัดเจนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) และให้ทุกภาคส่วนเติบโตไปด้วยกัน (Inclusive Growth)

ในการนี้ รัฐบาลมีนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่เป็นเหมือนนโยบายภาพใหญ่ในการขับเคลื่อนประเทศให้เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ผ่านการสร้างสรรคคุณค่า (Value Creation) ด้วยเทคโนโลยี องค์กรความรู้ การวิจัย นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ดิจิทัล และธุรกิจบริการ โดยมุ่งเน้นการพัฒนา 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูง ประกอบด้วย 1) อาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ 2) สาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ 3) เครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม 4) ดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์ สมอกลฝั่งตัว และ 5) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง จึงกล่าวได้ว่า นโยบายประเทศไทย 4.0 สอดรับกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (4IR) อย่างมีนัยสำคัญ เพราะมุ่งเน้นทางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม ทั้งด้านดิจิทัล กายภาพ และชีวภาพ

นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ต่างๆ ที่ชัดเจนและจับต้องได้ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลให้เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจไทยในอนาคต ทั้งกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ข้อ 2.3 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลและรองรับการยกระดับทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึงและคุณภาพชีวิตประชาชน โดยคำนึงถึงความ

ปลอดภัยและความมั่นคงของประเทศด้วย และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ได้กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ เป้าหมายที่ 5 เพื่อขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ และสร้างผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรายใหม่เพิ่มขึ้น รวมทั้งพัฒนาระบบความมั่นคง ปลอดภัยทางไซเบอร์ ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องตามมาตรฐานสากลเพื่อรับมือภัยคุกคามทางออนไลน์ และท้ายที่สุดคือยุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ 2) ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล 3) สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล 4) ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล 5) พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล และ 6) สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

สรุป

การส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลถือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในโลกรวมใหม่ ที่มีการปฏิวัติทางเทคโนโลยี นำโดยเทคโนโลยีดิจิทัลที่หลอมรวมกับเทคโนโลยีด้านกายภาพและชีวภาพ ซึ่งได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตและการทำธุรกิจอย่างรวดเร็ว รอบด้าน และทั้งระบบ โดยการเข้ามาของเทคโนโลยีสมัยใหม่นี้ ทำให้รูปแบบการค้าเปลี่ยนแปลงไปเป็นผ่านแพลตฟอร์มมากขึ้น ทำให้ข้อมูลกลายเป็นปัจจัยการผลิตที่มีค่า ก่อให้เกิดการเพิ่มบทบาทของภาคบริการที่สามารถถูกซื้อขายได้มากขึ้นผ่านอินเทอร์เน็ต และทำให้เกิดตัวกลางต่างๆ อาทิ ธนาคาร พอร์ตคานกลาง มีบทบาทน้อยลง ทั้งหมดนี้จะก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจมหาศาล เช่นการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการค้า และความสะดวกในการทำธุรกิจ การประหยัดต้นทุน ลดราคาสินค้าและบริการ การทุจริตคอร์รัปชัน และการพึ่งพิงแรงงานมนุษย์ แต่แฝงมาด้วยความท้าทายที่อาจทำให้ความเหลื่อมล้ำเพิ่มขึ้น และประเด็นท้าทายด้านกฎหมายที่จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อลดอุปสรรค และส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลให้เติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ รัฐบาลไทยให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับเศรษฐกิจดิจิทัล และมีนโยบายในการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลในระยะยาว

บรรณานุกรม

1. โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล (2561) โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2. Box, S and Lopez-Gonzalez, J., (2017), "The Future of Technology: Opportunities for ASEAN in the Digital Economy" in Tay, S.C., and Puspawati Tjaja, S., (eds) "Global Megatrends Implications for the ASEAN Economic Community", ASEAN Secretariat, Jakarta.
3. JP Morgan (2017) "Disrupt or Be Disrupted" <http://www.jpmorgan.com.br/jpmpdf/1320744709780.pdf>
4. ธีร ชารพานิช และเอกวัฒน์ ธนประสิทธิ์พัฒนา (2561) "4IR และการเจรจาการค้ายุคใหม่" <https://www.mreport.co.th/experts/business-and-management/1803320042>
5. กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 <http://www.nesdb.go.th>
6. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) <http://www.nesdb.go.th>
7. ยุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม http://www.mdes.go.th/assets/portals/1/files/590613_4Digital_Economy_Plan-Book.pdf



ลมเปลี่ยนทิศในการค้าโลก

■ การค้าโลกปี 2562 มีประเด็นที่น่าจับตามองอยู่ 4 - 5 เรื่อง อาทิ ความขัดแย้งทางการค้าที่ยืดเยื้อ การเปิดเกมรุกตลาดจีนของไทย การนำ SMEs สูตลาดโลกด้วยการค้าออนไลน์ เบลารุสตลาดใหม่ด้าน IT และการย้ายฐานผลิตครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมเสื้อผ้า

• **ความขัดแย้งทางการค้าสหรัฐฯ และจีน** : South China Morning Post รายงานมุมมองนักวิชาการต่อกรณีสงครามการค้าจีน-สหรัฐฯ ว่า ไทยมีโอกาสสูงไม่น้อยกว่าชาติอื่นๆ (ที่จะส่งออกเพิ่มเพื่อทดแทนสินค้าจีนในตลาดหรือรองรับการย้ายฐานการผลิตจากจีนมาไทยเพิ่ม) แต่ก็อาจเกิดเอฟเฟกต์ย้อนกลับเช่นกัน โดยไทยมีข้อดีที่ที่ตั้งของไทยเป็นจุดยุทธศาสตร์ใจกลางอาเซียน มีระเบียบเศรษฐกิจเชื่อมเส้นทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านมากที่สุดในอาเซียน และมีสัมพันธที่ดีอันยาวนานกับจีนมากกว่าหลายประเทศ ส่วนผลกระทบด้านลบที่อยากหลีกเลี่ยงคือ ปัจจุบันไทยเป็นซัพพลายเออร์รายใหญ่ในห่วงโซ่อุปทานของจีน ซึ่งหากจีนส่งออกลดลงก็หมายถึงจีนจะลดกำลังการผลิตและลดการซื้อวัตถุดิบ/ชิ้นส่วนลงไปด้วย อย่างไรก็ตาม โอกาสในการรุกตลาดจีนยังคงมีให้เห็นอยู่ โดยไทยจะต้องเน้นเจาะกลุ่มสินค้า/บริการรายพื้นที่ และการนำนโยบายด้านการลงทุนเข้ามาเชื่อมโยงกับการค้าการผลิตให้ได้

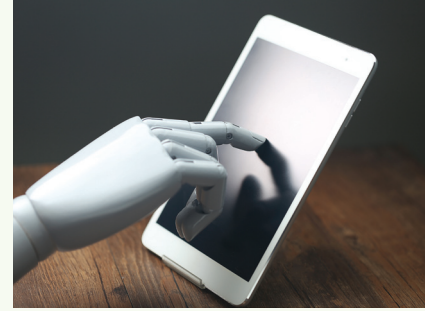


• **进入中国市场 โอกาสเจาะตลาดจีน** : จีนยังคงเป็นดาวเด่น เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงสำหรับสินค้าไทย โดยกระทรวงพาณิชย์จะเน้นการเจาะตลาดรายมณฑลอย่างตรงเป้าหมายมากขึ้นด้วยยุทธศาสตร์ “3 แนวคิด 7 แนวทาง รุกตลาดจีน” โดยเน้น 10 มณฑลและเมืองศักยภาพบนเส้นทางสายไหม เช่น นครเซี่ยงไฮ้ จะเน้นพื้นที่ “Greater Shanghai” ส่วนมณฑลซานตงเน้น “Shandong Peninsula” เช่น เมืองจี้หนานและเมืองชิงเต่า โดยจะเน้นการอุดหนุนส่งออกไทยไปจีนให้เต็มศักยภาพยิ่งขึ้น (สินค้าที่มีศักยภาพมีหลายชนิดโดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีเป็นที่ต้องการในตลาดจีนสูง) ทำการตลาดแบบ O2O (ออนไลน์ทูปออนไลน์) การประสานความร่วมมือให้สอดคล้องกับนโยบายสำคัญ เช่น One Belt One Road และความสัมพันธ์ในมิติของนักลงทุน/มณฑล และประเทศ/มณฑล เป็นต้น ซึ่งแนวทางนี้จะสามารถสร้างโอกาสส่งออกไทยไปจีนในปี 2570 ได้ราว 1 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ



• **ดัน SMEs คำออนไลน์** : กระทรวงพาณิชย์จับมือ King White group เปิดแพลตฟอร์มขายสินค้า SMEs ไทย ผ่าน kijt.com โดย Kjt จะดูแลให้ทุกอย่าง ทั้งงานเอกสาร การขนส่ง การกระจายสินค้า คลังสินค้า ทั้งนี้ผู้สนใจสามารถติดต่อ King White group สาขาประเทศไทยได้โดยตรง ล่าสุดสินค้าไทยที่กำลังเป็นที่นิยมในเว็บดังกล่าว ได้แก่ กลุ่มอาหาร ขนมที่กินง่าย รสชาติอร่อย ผลไม้แห้งหรือแปรรูป สินค้าแปรรูป ยาหม่อง เครื่องสำอาง น้ำมันหอมระเหย และหมอนยางพารา เป็นต้น นับเป็นก้าวที่สำคัญของกระทรวงพาณิชย์ในการนำ SMEs เติบโตสู่ตลาดโลกอย่างมั่นคงและยั่งยืน

• **ป้ายหน้าเบลารุส** : หลังจาก อินเดีย จีน และฟิลิปปินส์ ต่างประสบความสำเร็จด้านธุรกิจ IT (โดยเฉพาะ Business Process Outsource: BPO) เบลารุสก็เร่งสปีดอุตสาหกรรม IT ตามมาติดๆ ล่าสุดได้สร้างศูนย์พัฒนา IT ในนาม High Tech Park ในกรุง Minsk ประเดิมด้วยการลดแลกแจกแถมมากมาย เช่น ยกเว้น Profit tax ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอสังหาริมทรัพย์ ปัจจุบันมีนักลงทุนเริ่มทยอยย้ายฐานเข้าไปอย่างต่อเนื่อง เช่น รัสเซีย และยูเครน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มรายได้/กำลังซื้อแก่ชาวเบลารุสและจะเป็นตลาดใหม่ที่สำคัญต่อสินค้าไทยต่อไป



• **BYE-BYE เอเชีย** : โดยปกติเสื้อผ้าแบรนด์ยุโรปในช่วงราคาระดับกลางถึงสูงจะผลิตในทวีปเอเชียเพราะค่าแรงที่ต่ำ แต่จากการศึกษาของบริษัทที่ปรึกษา McKinsey พบว่า เทรนด์ใหม่สำหรับอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้า คือ “Nearshoring” หรือ การย้ายฐานการผลิตกลับมาใกล้ๆ ประเทศของตน โดยจากการสำรวจพบว่า 4 ใน 5 ของผู้จัดการฝ่ายจัดหาคาดว่า ในอีกสองสามปีข้างหน้าจะย้ายฐานการผลิตจากต่างประเทศ โดยเฉพาะทวีปเอเชีย มายังทวีปยุโรปและแถบเมดิเตอร์เรเนียน เนื่องจากเมื่อรวมราคาค่าขนส่งและนำเข้าแล้ว กางเกงยีนส์ที่ผลิตในประเทศตุรกีมีต้นทุนถูกกว่ากางเกงที่ผลิตในประเทศจีน 3 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ ระยะเวลาการขนส่งที่ลดลงอย่างมาก ยังช่วยให้บริษัทเสื้อผ้าปรับคอลเลกชันให้เข้ากับเทรนด์ได้อย่างรวดเร็ว โดยทั่วไปการขนส่งเสื้อผ้าทางเรือจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะใช้เวลาถึง 30 วัน แต่การขนส่งจากประเทศตุรกีใช้เวลาแค่ 3 - 6 วันเท่านั้น สำหรับกัมพูชาที่เป็นฐานการผลิตให้กับแบรนด์จากยุโรปคงจะได้รับผลกระทบเช่นกัน อาจจะมีการชักชวนนักลงทุนไทยเข้าไปลงทุนมากขึ้นเป็นการทดแทน



ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

☎ 02-507-7895 | www.tpsoc.moc.go.th

ได้ที่ชั้น
13 สก.