

## EXCLUSIVE INTERVIEW TECHNOLOGY FOR TRADE



### SPECIAL REPORT

- Blockchain เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร : สินค้าข้าวอินทรีย์
- เทคโนโลยี ABCDE กับธุรกิจยุคใหม่



ISSN 2408-2465



9 772408 246502



ปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประกอบกับประเทศกำลังก้าวเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 หรือก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล เทคโนโลยีจึงเข้ามาจับบทบาทต่อทุกภาคส่วนมากขึ้น รวมถึงภาคธุรกิจการค้า เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารธุรกิจให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีสำหรับการประกอบธุรกิจจึงเติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด และกลายเป็น “เศรษฐกิจยุคใหม่” หรือที่เรียกว่า “New Economy”

สำหรับ TPSO Journal ฉบับนี้ ถือเป็นฉบับพิเศษอีกครั้ง ซึ่งเราได้รับเกียรติจากท่านผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า พร้อมด้วยทีมงาน New Economy มาขึ้นปกวารสาร รวมถึงให้มุมมองเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจยุคใหม่ และความท้าทายต่างๆ ที่ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมรับมือ พร้อมทั้งสาระความรู้จากทีมงาน New Economy ที่ตั้งใจนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่านทุกท่าน

สุดท้ายนี้ “การลงทุนที่ดีที่สุด คือ การลงทุนกับความรู้” ใครที่มีข้อมูลและเรียนรู้ได้มากกว่าย่อมมีโอกาสพัฒนาต่อยอดและสามารถสร้างความโดดเด่นได้มากกว่าคู่แข่ง หากท่านต้องการคำปรึกษาหรือสาระความรู้ดีๆ อย่าลืมนึกถึงเรานะคะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

วารสาร สนค.

ปีที่ 10 ฉบับที่ 99 ตุลาคม 2562

www.tpsoc.moc.go.th

## Contents

### 03 Exclusive Interview

Technology for Trade

### 05 Special Report

Blockchain เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร : สินค้าข้าวอินทรีย์

### 06 Special Report

เทคโนโลยี ABCDE กับธุรกิจยุคใหม่

### 08 Economic Indicators

ภาพรวมเศรษฐกิจ

### 10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : สิงหาคม 2562

### 11 Commodities & FX

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : กันยายน 2562

### 12 In-depth Research

สินค้าออนไลน์มีราคาต่ำกว่า สินค้าออฟไลน์จริงหรือ?

## GETTING AROUND WITH TPSO



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์จัดงาน “ร่วมคิด ร่วมค้า ทำทายเศรษฐกิจโลก” เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2562 เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดทำยุทธศาสตร์การค้ารองรับเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) พร้อมเปิดตัวระบบประมวลผล Big Data สินค้าเกษตรสำคัญที่จะนำมาใช้ขับเคลื่อนภารกิจหลักของกระทรวงพาณิชย์ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยมี นายทรงศักดิ์ ส่งเสริม อุดมชัย ผู้ช่วยเลขาธิการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ให้เกียรติเป็นประธานเปิดงาน

ระบบ Big Data เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานในยุคเศรษฐกิจใหม่ที่ผสมผสานการทำงานของเทคโนโลยีและ

ข้อมูลเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีรูปแบบการนำเสนอผ่าน Dashboard ซึ่งในปีนี้จะนำร่องกับพืชเกษตรสำคัญ 5 ชนิดได้แก่ ข้าว ปาล์มน้ำมัน ยางพารา มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เพื่อใช้ติดตามสถานการณ์ในด้านอุปทาน (Supply) และอุปสงค์ (Demand) ทั้งในและนอกประเทศ สามารถคาดการณ์แนวโน้มและเตือนภัย รวมทั้งยังสามารถกำกับและติดตามนโยบายด้านการรับฟังเสียงสะท้อนภาคประชาชน (Policy Dashboard: Social Analytics) เพื่อนำมากำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า การรักษาเสถียรภาพด้านราคานำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร และยกระดับรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป



# TECHNOLOGY FOR TRADE

วารสาร สนค. ฉบับนี้เปิดรับเข้าสู่ปีงบประมาณใหม่กันอีกแล้ว กาลเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเสียจริง ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่าเมื่อเวลาเปลี่ยน หลายสิ่งหลายอย่างรอบตัวเราก็ออมต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วย การปรับตัวจึงเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับคนเราในยุคนี้ สำหรับเรื่องเทคโนโลยีก็เช่นกัน มีเปลี่ยนแปลงและก้าวล้ำไปข้างหน้ามากยิ่งขึ้น วารสารฉบับนี้ได้รับเกียรติจาก คุณพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) ผู้บริหารยุคใหม่ที่มีความสำคัญและดำเนินการส่งเสริมเกี่ยวกับเทคโนโลยีและเศรษฐกิจยุคใหม่มาอย่างต่อเนื่อง มาให้มุมมองเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่อทิศทางของเศรษฐกิจการค้าไทยในโลกอนาคต รวมถึงมีแผนเตรียมความพร้อมและจะดำเนินการรับมือกันอย่างไรต่อไป

**Q:** มุมมองของท่านในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับการค้าและธุรกิจยุคใหม่เป็นอย่างไร

**A:** พิจารณาว่าปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในหลายๆ ด้าน ทั้งการเมือง การดำรงชีวิตและการค้า เทคโนโลยีสมัยใหม่ไม่ได้ช่วยแค่เพียงพัฒนาธุรกิจ สินค้า บริการ และกระบวนการให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังเข้ามาเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น เช่น E-commerce ในปัจจุบันกลายเป็นเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อธุรกิจการค้า และเริ่มขยายขอบเขตกว้างขวางมากขึ้น ไม่ใช่แค่สั่งซื้อสินค้าเท่านั้น แต่เริ่มเข้าไปสู่ภาคการบริการมากขึ้น เช่น ส่งอาหาร ค้นหา/จัดหาแม่บ้าน ช่างซ่อมไฟฟ้า ประปา หมอพยาบาล นับเป็นการบริการทุกอย่างผ่านแพลตฟอร์มรูปแบบใหม่

ในส่วนของการทรวงพาณิชย์ซึ่งมีความใกล้ชิดกับประชาชน เรามีหน้าที่หลักในการดูแลผู้บริโภคและช่วยเหลือผู้ประกอบการให้ขยายตลาดได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เราจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับสิ่งเหล่านี้ และนำมากำหนดนโยบาย ข้อเสนอแนะ หรือมาตรการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเราได้รับประโยชน์มากที่สุด



สำหรับ สนค. เอง ได้ให้ความสำคัญและดำเนินการส่งเสริมเทคโนโลยีและเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) มาอย่างต่อเนื่อง เราตั้งใจที่จะสื่อสารให้สาธารณชนทราบถึงผลดีและผลกระทบ เพื่อให้ทุกคนสามารถปรับตัวใช้ประโยชน์จากข้อดีของเทคโนโลยีให้ได้มากที่สุด ในแง่ของผลดี ผู้บริโภคจะมีทางเลือกมากขึ้น ได้ใช้บริการรูปแบบใหม่ๆ ต้นทุนลดลง และราคาถูกลง สำหรับในแง่ของผลกระทบที่ท้าทายนั้น พ่อค้าแม่ค้าที่ยังทำธุรกิจแบบเดิมจะถูกแย่งลูกค้า แรงงานภาคการผลิตถูกเลิกจ้าง ซึ่งล่าสุดเราก็เห็นข่าวอยู่บ่อยครั้ง เราทุกคนจึงต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีเหล่านี้ เราจะนิ่งเฉยไม่ได้ และในฐานะ สนค. จะมีการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีไปใช้และวิเคราะห์ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อการค้าขายและผู้บริโภค ตลอดจนช่วยวางแผนทางที่จะช่วยสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับประโยชน์มากที่สุด และลดผลกระทบให้เหลือน้อยที่สุด

**Q:** เทคโนโลยีกับการค้าและธุรกิจยุคใหม่ ช่วยลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความยั่งยืนได้อย่างไร

**A:** ความเหลื่อมล้ำเป็นเรื่องที่สำคัญ เทคโนโลยีสามารถเข้ามาช่วยเพิ่มการเข้าถึงโอกาสและการพัฒนาศักยภาพได้ โดยเฉพาะช่วยเพิ่มพื้นที่ให้คนตัวเล็กได้มีที่ยืนในระบบเศรษฐกิจ ปัจจุบันเกษตรกรและ SMEs ไม่ได้ขาดแคลนเฉพาะเงิน แต่ยังขาดการเข้าถึงข้อมูล ความรู้ และตลาด ซึ่งบางตลาดเขาเหล่านั้นไม่สามารถเข้าไปแข่งขันได้เลย ซึ่งมองว่าการจะช่วยให้ทุกภาคส่วนสามารถเติบโตไปด้วยกันได้ อย่างยั่งยืน เราต้องช่วยเขาใน 4 ด้าน คือ

(1) Access to Finance ให้เขามีแหล่งเงินทุนเพื่อประกอบกิจการ (2) Access to Information ให้เกษตรกรได้ทราบราคาขายหรือปัญหาภัยธรรมชาติเพื่อใช้วางแผนการผลิตและการขาย (3) Access to Knowledge พยายามเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและโซเชี่ยลมีเดียขยายช่องทางการตลาด และ (4) Access to Market ให้เกษตรกร SMEs และผู้ส่งออกสามารถส่งออกได้มากขึ้น ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ โดยเรา





ต้องใช้เทคโนโลยีสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เกษตรกรหรือธุรกิจรายย่อยให้มีที่ยืน ขณะที่รายใหญ่ก็ขับเคลื่อนประเทศต่อไป สร้างให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งคิดว่าถ้าทำได้ จะทำให้ประเทศไทยสามารถขยายตัวและเติบโตได้อีก ทั้งนี้ ในส่วนของ สนค. ได้มีการดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับและลดความเหลื่อมล้ำ โดยเฉพาะการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) ได้แก่ เกษตรกร ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชนและธุรกิจท้องถิ่น โดยใช้ความต้องการของตลาดเป็นตัวนำ (Demand Driven) แล้วสร้างสรรคคุณค่า (Value Creation) ด้วยเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ ปรับรูปแบบธุรกิจ พัฒนาสินค้าและบริการ รวมทั้งในปี 2563 สนค. มีแผนที่จะดำเนินโครงการต่างๆ เพิ่มเติมอีก อาทิ โครงการศึกษาและพัฒนาระบบต้นแบบ Blockchain ในการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) มาตรฐานข้าวอินทรีย์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับธุรกิจเกษตรของไทย โดยมุ่งเน้นสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน หรือผู้ประกอบการที่มีเครือข่ายเกษตรกร เพื่อใช้เทคโนโลยียกระดับธุรกิจ เพิ่มรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เติบโตไปด้วยกันอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

**Q** : เศรษฐกิจและธุรกิจการค้ายุคใหม่มีความท้าทายหลายอย่าง เราควรเตรียมความพร้อมในการรับมืออย่างไร

**A** : ในฐานะที่กระทรวงพาณิชย์ดูแลด้านการค้า เราจึงต้องสร้างความเข้าใจเทคโนโลยีที่จะมากระทบต่อผู้ประกอบการ เพิ่มทักษะที่จะเสริมความแข็งแกร่งให้กับเขาเหล่านั้น ในหลักสูตรที่ออกแบบเฉพาะให้เหมาะสมกับความต้องการ ระดับความรู้ และประสบการณ์ของ SMEs สร้างสภาพแวดล้อม (Ecosystem) การให้บริการและกฎระเบียบต่างๆ ที่เอื้ออำนวยรวมทั้งการส่งเสริมให้ภาคเอกชนมีบทบาทนำและผู้บริโภคได้รับประโยชน์ เช่น กรณีของ Grab Taxi ตามกฎหมายถือว่าผิด แต่ในแง่ผู้บริโภคเห็นว่าควรจะมีเพราะช่วยลดปัญหาการเอาเปรียบผู้โดยสารของแท็กซี่แบบเดิมได้ เป็นหน้าที่ของภาครัฐที่จะต้องทำให้ชัดเจน จำเป็นต้องมีกฎหมายและมาตรฐาน มีระบบตรวจสอบย้อนกลับได้ เพื่อให้ผู้โดยสารต้องได้รับการคุ้มครอง

สำหรับผู้ประกอบการ SMEs นับว่าเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากอัตราคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะคู่แข่งต่างชาติ ซึ่งดูได้จากตัวเลขส่งออก-นำเข้า และจำนวนพัสดุที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แต่ตอนนี้ธุรกิจ E-commerce ของไทยนั้น ยังมีศักยภาพไม่ต่ำลงสูงมาก ควรจะมีการเสริมสร้างทักษะของผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการแข่งขันในแพลตฟอร์มต่างชาติได้ดี

มากขึ้น หรือให้ภาครัฐและเอกชนของไทยร่วมมือกันสร้างแพลตฟอร์ม E-commerce สัญชาติไทย ให้มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ เพื่อดึงดูดคู่ค้าให้มีการซื้อขายในแพลตฟอร์มของไทย และหาที่ขายให้ผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มให้มากขึ้น

ผลกระทบไม่ได้จำกัดเพียงแค่อย่อย SMEs เท่านั้น แม้แต่บริษัทรายใหญ่ก็ได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อภาคแรงงาน อาจทำให้งานบางอย่างหายไป เช่น งานประเภทที่ใช้แรงงานซ้ำๆ ทำหน้าที่เดิมๆ ก็จะมีหุ่นยนต์หรือเทคโนโลยีรูปแบบใหม่เข้ามาแทนที่ แต่จะเป็นโอกาสของการสร้างงานหรืออาชีพใหม่ๆ อย่างอื่นเข้ามาแทน

ดังนั้น การแก้ปัญหาในระยะยาว จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ประเทศไทยควรพัฒนาภาคการศึกษา

ของไทย เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Capital) ให้ปรับตัวทันโลกอยู่เสมอ และส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Long-Life Learning) ทั้งนี้ กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงพาณิชย์ มีส่วนสำคัญที่ต้องร่วมกันพัฒนาความรู้ ทักษะ และการพัฒนาอาชีพให้แก่คนในชาติ ยกระดับทักษะ (Re-Skill & Up-Skill) โดยเฉพาะเรื่องดิจิทัลให้เหมาะสม

**Q** : ยกตัวอย่างนโยบายหรือการดำเนินงานที่สำคัญของ สนค. ที่เกี่ยวกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) มีอะไรบ้าง

**A** : ตอนนี้โครงการนำร่องของ สนค. มี 2 โครงการ คือ

1. โครงการพัฒนาระบบ Big Data เพื่อใช้ในการตัดสินใจและกำหนดนโยบายที่สำคัญ (Policy Dashboard) โดยเริ่มนำร่องจากสินค้าเกษตร 3 ชนิดก่อน ได้แก่ ข้าว ปาล์ม น้ำมัน และยางพารา และต่อไปมีแผนที่จะดำเนินการเพิ่มอีก 2 ชนิด คือ มันสำปะหลังและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป้าหมายเพื่อเชื่อมโยงตั้งแต่ข้อมูลการผลิตไปจนถึงการวางขายในตลาดต่างประเทศ โดยมีการสร้างแพลตฟอร์มเพื่อดูแนวโน้มและการขายสินค้า

2. โครงการศึกษาและพัฒนาระบบต้นแบบ Blockchain กับ การตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) มาตรฐานข้าวอินทรีย์ เป็นการนำเทคโนโลยีสร้างระบบการตรวจสอบแบบย้อนกลับไปยังต้นทาง โดยเริ่มตั้งแต่ในฟาร์ม กระบวนการผลิต กระบวนการส่งออก ไปจนถึงปลายทางที่ผู้บริโภค เป้าหมายของโครงการนี้ก็เพื่อช่วยลดระยะเวลาในการส่งออก ลดต้นทุนการผลิต ช่วยเพิ่มความโปร่งใสและน่าเชื่อถือ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีความมั่นใจในตัวสินค้า เนื่องจากจะทราบถึงจุดกำเนิดของสินค้า ตลอดจนที่มาของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในแต่ละขั้นตอน ทั้งนี้ สนค. คาดว่าในปีหน้า จะใช้ AI และ Big Data มาช่วยเสริมเพื่อเพิ่มศักยภาพและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันและการผลิตร่วมด้วย

สุดท้ายนี้ พี่มองว่าเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวเรามาก และการเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค เราในฐานะของภาครัฐต้องช่วยกันสนับสนุนการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ให้กับคนตัวเล็กหรือผู้ประกอบการขนาดย่อม (SMEs) ในการหาโอกาสทางเศรษฐกิจ เพิ่มที่ยืนให้กับธุรกิจรายย่อย เพื่อเปิดโอกาสให้คู่ค้าเข้ามาเจอกันได้ง่ายขึ้น แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีจะรวดเร็วและรุนแรง เกิดผลกระทบต่อผู้คนมากเพียงใด แต่ สนค. ก็ยังคงมีหน้าที่ที่จะติดตามความเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด เพื่อรายงานและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์สู่สาธารณชนต่อไป



# Blockchain เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร : สินค้าข้าวอินทรีย์

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญของโลก โดยในปี 2561 มีมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรไทยไปตลาดโลกรวม 744,433.46 ล้านบาท โดยสินค้าส่งออกสำคัญอันดับ 1 คือ ข้าว มีมูลค่า 182,081.67 ล้านบาท (24.45%) หนึ่งในข้าวที่ไทยมีชื่อเสียงในการผลิตคือ ข้าวอินทรีย์ ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดีต่อสุขภาพ และปัจจุบันเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2561 ไทยส่งออกข้าวอินทรีย์ ปริมาณ 16,500 ตัน และคาดว่าภายในปี 2564 จะสามารถผลิตได้ 247,000 ตัน อย่างไรก็ตาม การค้าสินค้าเกษตรมักประสบปัญหาความผันผวนของปริมาณผลผลิตจากปัจจัยภายนอกหลายประการ อาทิ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำจากการไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตได้ทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีปัญหาการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรไทยที่ขาดเทคโนโลยีขั้นสูงในการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งปัญหาสำคัญด้านความน่าเชื่อถือต่อคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้าเกษตร นำไปสู่ปัญหาด้านราคาและการกีดกันทางการค้า เนื่องจากการปลอมปนสินค้าและสวมสิทธิ์เอกสารมาตรฐานหรือใบอนุญาตที่ไม่สามารถตรวจสอบให้เกิดความโปร่งใสได้

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เล็งเห็นว่าคุณภาพและมาตรฐานที่สามารถตรวจสอบได้อย่างเป็นระบบจะช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าการค้าสินค้าเกษตร สร้างความเชื่อมั่นและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อปลายทางได้ สนค. จึงได้ริเริ่มดำเนินโครงการนำเทคโนโลยี Blockchain มาใช้ในการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร โดยขณะนี้ สนค. อยู่ระหว่างการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งได้เลือกข้าวอินทรีย์เป็นสินค้านำร่อง เนื่องจากเป็นสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าสูง มีศักยภาพการส่งออก และมีขั้นตอนการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานที่ชัดเจน นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวยังจะช่วยอำนวยความสะดวกทางการค้าในยุคดิจิทัล เพิ่มมูลค่าข้าวอินทรีย์ และสร้างอำนาจต่อรองทางราคาให้กับเกษตรกรต้นน้ำ ตลอดจนเป็นการยกระดับระบบการค้าตลอดห่วงโซ่มูลค่าการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร ทั้งนี้ยังเป็นโอกาสในอนาคตที่จะประยุกต์ใช้ระบบ Blockchain กับ การตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร (Food Agriculture) รวมทั้ง อาหารแห่งอนาคต (Food for the Future) ที่อยู่ภายใต้กระแสเศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) ที่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาทั่วโลกให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

## 1. ศักยภาพและมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ข้าวอินทรีย์) ของไทย

1.1 ศักยภาพข้าวอินทรีย์ในตลาดโลก ข้าวอินทรีย์ถือเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีศักยภาพด้านการส่งออกของไทย จากข้อมูลของสถาบันวิจัยเกษตรกรรมอินทรีย์ (The Research Institute of Organic Agriculture: FiBL) และสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements: IFOAM) พบว่าในปี 2560 ไทยมีพื้นที่ผลิตเกษตรอินทรีย์เป็นลำดับที่ 7 ของเอเชีย และลำดับที่ 51 ของโลก ด้วยพื้นที่ขนาด 570,409 ไร่ สามารถสร้างมูลค่าจากการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยได้ 1,817 ล้านบาท/ปี โดยพื้นที่ปลูกข้าวอินทรีย์ คิดเป็นสัดส่วน 59% ของพื้นที่ผลิตเกษตรอินทรีย์ทั้งหมด ในปี 2561 ไทยส่งออกข้าวอินทรีย์มีมูลค่า 750 ล้านบาท แม้ว่าคิดเป็นสัดส่วนเพียง 0.098% ของปริมาณการส่งออกข้าวไทย แต่สามารถสร้างมูลค่าได้ 0.41% ของมูลค่าการส่งออกข้าวไทย

1.2 มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ข้าวอินทรีย์) เป็นเกณฑ์ข้อกำหนดขั้นต่ำที่เกษตรกรผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้หน่วยงานรับรองมาตรฐานใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบประเมิน โดยระบุแนวทางการปฏิบัติและข้อกำหนดที่จะตรวจสอบประเมินรับรองอย่างละเอียดชัดเจน ทั้งวิธีปฏิบัติ

และข้อห้าม ครอบคลุมสำหรับเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการในตลาดเมล็ดพันธุ์ ในธุรกิจแปรรูป และกระบวนการขนส่ง โดยมีข้อกำหนดที่สำคัญ เช่น การจัดการฟาร์มโดยรวม ระบบนิเวศเกษตร การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ การผลิตพืชอินทรีย์ การจัดการดินและธาตุอาหาร การป้องกัน

กำจัดศัตรูพืช การป้องกันมลพิษและการปนเปื้อน และการแปรรูปและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว เป็นต้น จึงมีความเหมาะสมที่จะนำแนวทางการปฏิบัติที่มีแบบแผนชัดเจนและเป็นระบบของการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์มาปรับรูปแบบสู่ระบบการตรวจสอบย้อนกลับด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเทคโนโลยี Blockchain

ทั้งนี้ ตรายรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกมีมากมายหลายมาตรฐาน ทั้งระดับนานาชาติ ระดับประเทศ และระดับพื้นที่ และแต่ละตรายรับรองจะกำหนดกฎเกณฑ์มาตรฐานที่มีความเข้มงวดต่างกัน ดังนั้น การเลือกขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จึงควรเลือกใช้ตรายรับรองในระดับที่น่าเชื่อถือและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้นำเข้าในประเทศปลายทาง

## 2. จุดเด่นและประโยชน์ของ Blockchain กับการยกระดับการตรวจสอบย้อนกลับข้าวอินทรีย์

2.1 จุดเด่นของ Blockchain เทคโนโลยี Blockchain เป็นโอกาสในการยกระดับกระบวนการและธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้าของประเทศไทยไปสู่การค้าบนระบบเศรษฐกิจการค้าสมัยใหม่ เนื่องจากเทคโนโลยี Blockchain มีลักษณะการทำงานที่เป็นระบบการกระจายฐานข้อมูล (Distributed Ledger) ไม่จำเป็นต้องอาศัยคนกลาง สามารถดำเนินการโดยระบบอัตโนมัติผ่านเงื่อนไข Smart Contract ซึ่งการเป็นระบบอัตโนมัติจะช่วยลดปัญหาการหลอกลวง ป้องกันการแก้ไขข้อมูลและปลอมแปลงข้อมูล และป้องกันการเกิดข้อพิพาทระหว่างกันได้มากขึ้น จึงสามารถประยุกต์ใช้งานได้หลากหลาย อาทิ การเงิน การค้า และการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability)

จึงอาจกล่าวได้ว่า Blockchain เป็น Internet of Value สามารถส่งต่อคุณค่าและความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ผ่านระบบ Blockchain ซึ่งแตกต่างจาก Internet ในปัจจุบันที่เป็น Internet of Information โดยสามารถส่งต่อได้เพียงข้อมูลเท่านั้น Blockchain จึงช่วยยกระดับการตรวจสอบย้อนกลับและการอำนวยความสะดวกทางการค้าในยุคดิจิทัลให้มีความโปร่งใส ปลอดภัย และเชื่อถือได้

### 2.2 ประโยชน์ของ Blockchain กับการตรวจสอบย้อนกลับข้าวอินทรีย์

- ผู้ผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์ เมื่อสินค้ามีความน่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่จะช่วยลดปัญหาการถูกปฏิเสธจากผู้ซื้อ การปลอมปนสินค้า และการสวมสิทธิ์ใบอนุญาต ช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองทางราคา ทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น ตลอดจนเป็นโอกาสในการขยายตลาดส่งออกสำหรับผู้ผลิตและผู้ส่งออก

- ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ (Demand) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ก่อให้เกิดกระแสรักสุขภาพและอาหารปลอดภัยซึ่งกำลังเป็นที่นิยมไปทั่วโลก จึงเป็นโอกาสที่จะนำระบบการตรวจสอบย้อนกลับด้วยเทคโนโลยี Blockchain มาใช้กับสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อสินค้าเกษตร (Demand) ที่อยู่ปลายทาง ให้สามารถทราบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และกระบวนการทางการผลิตและแปรรูปต่างๆ ผ่านระบบที่มีความโปร่งใส น่าเชื่อถือ และตรวจสอบได้

### 3. การต่อยอดเพื่อยกระดับการค้า

สนค. มีความตั้งใจที่จะขับเคลื่อนโครงการ Blockchain เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร : สินค้าข้าวอินทรีย์ ให้เป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของระบบการผลิตและการค้าสินค้าข้าวอินทรีย์ และต่อยอดไปยังสินค้าเกษตรและอาหารอื่นๆ ในอนาคต ทั้งนี้ ในระยะยาวควรมีการเชื่อมโยงกับระบบการค้าส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การชำระเงิน การทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า และระบบการขอใบรับรองหรือใบอนุญาตอื่นๆ เพื่อเป็นการยกระดับห่วงโซ่มูลค่า ให้สามารถอำนวยความสะดวกทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดต้นทุนทางการค้า สร้างความน่าเชื่อถือและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าจากการมีมาตรฐานที่สามารถตรวจสอบได้ นำไปสู่การขยายตลาดสินค้าเกษตรของไทยอย่างยั่งยืน เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันจากความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) มีกลุ่มเกษตรกรที่มีความสามารถในการสร้างผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพ และมีความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมอาหาร อย่างไรก็ตาม การยกระดับระบบการค้าของประเทศจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการและการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานตรวจรับรองมาตรฐาน และหน่วยงานวิชาการ

### อ้างอิง :

1. การส่งออกสินค้าสำคัญของไทยเรียงตามมูลค่า [http://www.ops3.moc.go.th/export/recode\\_export\\_rank/](http://www.ops3.moc.go.th/export/recode_export_rank/)
2. ไทยผลิตเกษตรอินทรีย์รั้งอันดับ 7 ของเอเชีย เร่งพัฒนาเพิ่มพื้นที่ สร้างองค์ความรู้ <https://www.posttoday.com/economy/news/593048>



# เทคโนโลยี ABCDE กับธุรกิจยุคใหม่

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ให้ความสำคัญและดำเนินการส่งเสริมเรื่องเทคโนโลยีและเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจไทยสามารถยกระดับและปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจการค้าโลกในอนาคต โดยเทคโนโลยียุคใหม่ (ABCDE) ได้แก่ AI, Blockchain, Cloud, Data และ E-Business ที่นำมาประยุกต์ใช้กับอุปกรณ์ยุคใหม่ต่างๆ เช่น IoTs, Sensor, Drone, Robot, 3D Printing, New Material, Biometric, AR, VR, Notebook, Smart Phone และ Smart Devices เป็นต้น ให้บูรณาการเชื่อมโยงดิจิทัลกับโลกความจริงอย่างแนบแน่น เพื่อยกระดับธุรกิจและพัฒนาสินค้าหรือบริการให้รองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคและรูปแบบชีวิตยุคใหม่ ที่ต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน สะดวก รวดเร็ว ดิจิทัลสังคม ดิจิตอลสุขภาพ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ที่มีของสินค้าและบริการได้



การหลอกลวง ป้องกันหรือแก้ไขปัญหาคือพิพาทระหว่างกันได้มากขึ้น เพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินการ โดยข้อมูลที่จัดเก็บแบบกระจายทำให้ยากต่อการเปลี่ยนแปลงหรือบิดเบือนข้อมูล สามารถตรวจสอบที่มาหรือติดตามข้อมูลการทำธุรกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า

**C = Cloud<sup>3</sup>** คือ การให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผู้ใช้งานสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้อย่างอิสระ มีความยืดหยุ่นสูง และคิดค่าใช้จ่ายตามการใช้งานจริง สามารถใช้งาน Cloud ผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้น Cloud จึงเป็นการบริการที่สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องจำกัดสถานที่ เวลา มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานตามความเหมาะสมได้อย่างรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย

**D = Data หรือ ข้อมูล<sup>4</sup>** คือ ข้อเท็จจริงต่างๆ ยังไม่ผ่านการประมวลผล ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของตัวเลข ตัวหนังสือ รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว โดยผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Scientist) ให้ความหมายว่าข้อมูลคือทุกอย่างที่สามารถแปลงเป็นดิจิทัลได้ ซึ่งสามารถต่อยอดประมวลผลด้วยการใช้แนวคิด Data Science คือการรวมศาสตร์ต่างๆ มาวิเคราะห์ข้อมูล หรือใช้เทคโนโลยี AI ช่วยวิเคราะห์และประมวลผล ทั้งนี้ จะเป็นข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) หรือข้อมูลขนาดเล็กไม่เป็นที่ไร ขอให้เป็นข้อมูลที่มีคุณภาพ (Quality Data) ได้แก่ ถูกต้อง แม่นยำ ทันสมัย หลากมิติข้อมูล อาทิ ปริมาณ เวลา สถานที่ รวมทั้งสามารถตรวจสอบได้

**E = E-Business หรือธุรกิจดิจิทัล** คือ การดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต อาทิ การค้าออนไลน์ (E-Commerce) ธุรกิจบริการออนไลน์ (E-Service) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)

เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2562 สนค. ได้จัดงานสัมมนาเทคโนโลยี ABCDE กับธุรกิจยุคใหม่ ณ Glowfish Co-Working Space กรุงเทพฯ เพื่อให้ธุรกิจที่มีประสบการณ์จริงในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยียกระดับธุรกิจมาแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการต่อยอดและขยายผลการนำเทคโนโลยีไปใช้กับธุรกิจให้เหมาะสมในวงกว้างต่อไป เพราะนอกจากเทคโนโลยีจะช่วยยกระดับธุรกิจแล้ว ยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน ลดความเหลื่อมล้ำด้วย โดยการเสวนาในงานได้มุ่งเน้นการถ่ายทอดความสำคัญและประโยชน์ในการนำเทคโนโลยีไปใช้กับธุรกิจชีวภาพและธุรกิจบริการที่ประเทศไทยมีศักยภาพ เพื่อนำไปสู่การยกระดับธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมและเชื่อมโยงสู่เชิงพาณิชย์ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

โดยมีตัวอย่างการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับธุรกิจและคำแนะนำที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจอื่นๆ ในการประยุกต์ใช้ ดังนี้

## 1. ธุรกิจชีวภาพ (Bio 4.0)

- **คุณมานพ แก้วโกย** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หจก.เนเจอร์ฟู้ดโปรดักส์แอนด์มาร์เก็ตติ้ง ธุรกิจข้าวอินทรีย์ มีเครือข่ายชาวนาที่มีผลผลิตคุณภาพและกระจายผลประโยชน์ให้ชาวนาอย่างเป็นธรรม โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ABCDE และเทคโนโลยีอื่นๆ เข้ามาช่วยยกระดับธุรกิจ อาทิ การตลาดและการค้าออนไลน์ การใช้ AI ตรวจสอบคุณภาพข้าวและพัฒนาพันธุ์ข้าว การใช้เทคโนโลยีชีวภาพด้วยความร้อนสูงเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าเกษตร รวมทั้งวางแผนการใช้ Blockchain ในการตรวจสอบย้อนกลับมาตรฐานข้าวอินทรีย์ ซึ่งจะร่วมมือกับโครงการของ สนค. ในอนาคต

- **คุณคณพล คุณติลภกาญจน์** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท The Bricket จำกัด ธุรกิจพรีเมียมเลี้ยงจิ้งหรีดและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากจิ้งหรีด ซึ่งมีแนวคิดการค้าเน้นธุรกิจเพื่อสังคม สร้างเครือข่ายเกษตรกรและ SMEs โดยให้ความสำคัญกับการวิจัยพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรและอาหารแห่งอนาคตที่ยั่งยืนด้วยแนวคิดจิ้งหรีดช่วยชาติ โดยใช้เทคโนโลยี ABCDE ช่วยยกระดับธุรกิจ อาทิ การตลาด

ก่อนอื่นขออธิบายเทคโนโลยียุคใหม่ (ABCDE) โดยสรุป ได้แก่

**A = AI (Artificial Intelligence) หรือ ปัญญาประดิษฐ์** คือ เครื่องจักรที่สามารถทำความเข้าใจ เรียนรู้ วิเคราะห์ และประมวลผลต่างๆ อย่างอัตโนมัติ จึงกล่าวได้ว่า AI ถือกำเนิดขึ้นเมื่อเครื่องจักรมีความสามารถที่จะเรียนรู้ (Machine Learning) ซึ่ง AI แบ่งออกเป็นหลายระดับตามความสามารถหรือความฉลาดเมื่อเปรียบเทียบกับมนุษย์ โดยผู้เชี่ยวชาญได้อธิบายว่า AI มีรูปแบบคำตอบ 5 ลักษณะ ได้แก่ 1. การวิเคราะห์และอธิบายเบื้องต้น (Describe) 2. การพยากรณ์ (Predict) 3. การทำงานอัตโนมัติ (Automate) 4. การจัดประเภท (Classify) และ 5. การให้คำแนะนำ (Prescribe)

**B = Blockchain<sup>2</sup>** คือ ระบบการกระจายฐานข้อมูล (Distributed Ledgers) ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและป้องกันการปลอมแปลงข้อมูล รวมทั้งการมีสัญญาอัจฉริยะ (Smart Contracts) ช่วยให้การดำเนินการตามสัญญาอย่างอัตโนมัติ ซึ่งจะช่วยลดปัญหา





และการค้าออนไลน์ โดยเฉพาะการเข้าถึงและเข้าใจลูกค้าเป้าหมายด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ด้วย Big Data รวมทั้งมีแนวคิดการใช้เทคโนโลยีและ AI ในการเลี้ยงจิ้งหรีด แนวคิดการใช้ Blockchain สร้างความเชื่อมั่นในการตรวจสอบย้อนกลับในอนาคต

● **ภญ.วันทณีย์ เสนาคูณ** กรรมการผู้จัดการ บริษัท วันเวนเซอร์ จำกัด ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสติ๊กเกอร์กันยูงและสติ๊กเกอร์หัวหอมแก้วหัวดี ซึ่งสกัดจากน้ำมันหอมระเหยเข้มข้นจากสินค้าเกษตรของไทย และได้จดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา โดยให้ความสำคัญกับการวิจัยพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรของไทยและต่อยอดจากภูมิปัญญาสู่นวัตกรรม ซึ่งใช้เทคโนโลยี ABCDE มาช่วยยกระดับธุรกิจ อาทิ การตลาดและการค้าออนไลน์ โดยเฉพาะการใช้ Big Data ในการวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ เพื่อหาลูกค้าเป้าหมายและวิจัยตลาด การใช้ Cloud ในการทำงาน รวมทั้ง เริ่มใช้ AI ในการควบคุมการผลิตให้มีมาตรฐานและแม่นยำขึ้น

**2. ธุรกิจบริการ (Service 4.0)**

● **ดร.นพ.ปณต ประพันธ์ศิลป์** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร See Doctor Now ธุรกิจบริการทางการแพทย์ออนไลน์ ใช้เทคโนโลยี E-Business และ Big data เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ของผู้ป่วยจำนวนมากผ่าน Digital Platform ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปโรงพยาบาล

● **คุณวัชรพงษ์ พงษ์นิรันดร์** ผู้บริหาร Six Network & Ookbee ธุรกิจหนังสือออนไลน์ (E-Book) เปิดโอกาสให้นักเขียนสามารถสร้างสรรค์ผลงานและนำเสนอใน Digital Platform ที่สามารถเข้าถึงนักอ่านมากมายด้วยต้นทุนที่ถูกกว่าและมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายมากกว่า ซึ่งนอกจาก E-Business แล้ว ยังใช้ Big Data ในการวิเคราะห์ประมวผล รวมทั้งใช้ Blockchain ในการชำระเงินดิจิทัลและการใช้หนังสือดิจิทัลเป็นหลักประกันทางธุรกิจในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

● **ดร.ชาลวิทย์ บุญช่วย** ผู้ก่อตั้งและผู้บริหาร บริษัท SYNAPES Thailand จำกัด ธุรกิจบริการกล้องวงจรปิด AI โดยธุรกิจต่างๆ สามารถยกระดับธุรกิจของตนเองได้ด้วยการใช้บริการ AI แบบ As a Service ที่ภาคธุรกิจไม่จำเป็นต้องเป็นชื่อโปรแกรมและเสียค่าบำรุงรักษาราคาสูง ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนและยกระดับธุรกิจได้

ภายในการจัดสัมมนา ยังมีคำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ อาทิ การใช้เทคโนโลยีในยุคเศรษฐกิจใหม่จะเป็นปัจเจกบุคคลและมีลักษณะเฉพาะ (Personalization & Customization) นอกจากนี้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานแล้ว มีแนวโน้มรักสุขภาพ รักสังคม รักสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ธุรกิจควรเตรียมความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีด้วยการศึกษาและเรียนรู้ สิ่งสำคัญคือการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม อาจไม่ต้องไฮเทคมากแต่ต้องตอบโจทย์ธุรกิจ โดยเลือกใช้เทคโนโลยีออนไลน์เบื้องต้น

ที่ง่ายและมีค่าใช้จ่ายน้อยก่อน รวมทั้งควรเลือกใช้บริการ As a Service ตามความเหมาะสม ประการสำคัญคือส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้เปิดใจ ปรับทัศนคติให้เข้าใจและยอมรับการเปลี่ยนแปลง ปราดเปรี๊ว (Agile) ในการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลง ปรับและยกระดับทักษะ (Re-Skill & Up-Skill) ให้เหมาะสม สิ่งสำคัญคือการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-Long Learning)

สำหรับภาครัฐที่มีหน่วยงานและมาตรการสนับสนุนส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจยุคใหม่อย่างเป็นรูปธรรม อาทิ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ มียุทธศาสตร์ 3G ได้แก่ 1. Groom สร้างผู้ประกอบการนวัตกรรม 2. Grant หนุนสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการ และ 3. Growth ส่งเสริมการขยายตลาดและขยายธุรกิจให้เติบโตต่อไป สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล มีมาตรการส่งเสริมที่หลากหลายให้ผู้ประกอบการเลือกใช้ตามความเหมาะสม เช่น Digital Startups Fund สนับสนุนเงินทุนธุรกิจดิจิทัล ครอบคลุมตั้งแต่ช่วงจุดประกายแนวคิด เริ่มต้นธุรกิจ และขยายธุรกิจ เป็นต้น สำหรับกระทรวงพาณิชย์มีหน่วยงานส่งเสริมเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่ใหม่ อาทิ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ สถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม รวมทั้ง มี สนค. ทำหน้าที่ศึกษาวิเคราะห์และเสนอนโยบายเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่ และกรมต่างๆ ช่วยกันขับเคลื่อนดำเนินการพัฒนาธุรกิจ เชื่อมโยงขยายตลาด และอำนวยความสะดวกทางการค้า นอกจากนี้ภาคเอกชนเองก็เร่งส่งเสริมผู้ประกอบการด้วยเช่นกัน อาทิ สมาคม Thailand Tech Startups ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายธุรกิจ Startups ยกระดับธุรกิจ Startups และจับคู่กับธุรกิจอื่นๆ รวมทั้ง สมาคมเทคโนโลยีและนวัตกรรม การเกษตร ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตร ด้วยการแบ่งปันแนวคิดและประสบการณ์ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เครื่องมือ เครื่องจักรยุคใหม่กับการเกษตร และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจเกษตรของไทยด้วย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถขอรับรายละเอียดการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาธุรกิจเพื่อก้าวสู่เศรษฐกิจยุคใหม่กับหน่วยงานต่างๆ ได้โดยตรง





สนค. หวังเป็นอย่างยิ่งว่าต้นแบบธุรกิจที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดังกล่าว จะเป็นแรงบันดาลใจ ให้ข้อมูลและถ่ายทอดประสบการณ์ในการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อประยุกต์ใช้กับแต่ละธุรกิจ รวมทั้งเตรียมความพร้อม สร้างเครือข่ายและเลือกใช้ประโยชน์จากมาตรการต่างๆ ของภาครัฐ เพื่อยกระดับและปรับตัวรองรับเศรษฐกิจยุคใหม่ ซึ่งธุรกิจรูปแบบใหม่นอกจากได้ประโยชน์เรื่องเศรษฐกิจแล้ว ยังช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือสังคม และส่งเสริมธรรมาภิบาล (ESG : Environment, Social, Good Governance) นำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำ ให้ทุกภาคส่วนเติบโตไปด้วยกัน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่ให้มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในอนาคต



- อ้างอิง**
- <https://www.thaiprogrammer.org/2018/12/whatsai/>
  - <https://en.wikipedia.org/wiki/Blockchain>
  - <https://www.trueidc.com/cloud-computing-คืออะไรและผู้ให้บริการ-cloud-มีกี่ประเภท/>
  - <https://sites.google.com/site/greyrtheahgdas/rabb-sarnthes/khxmul-data>

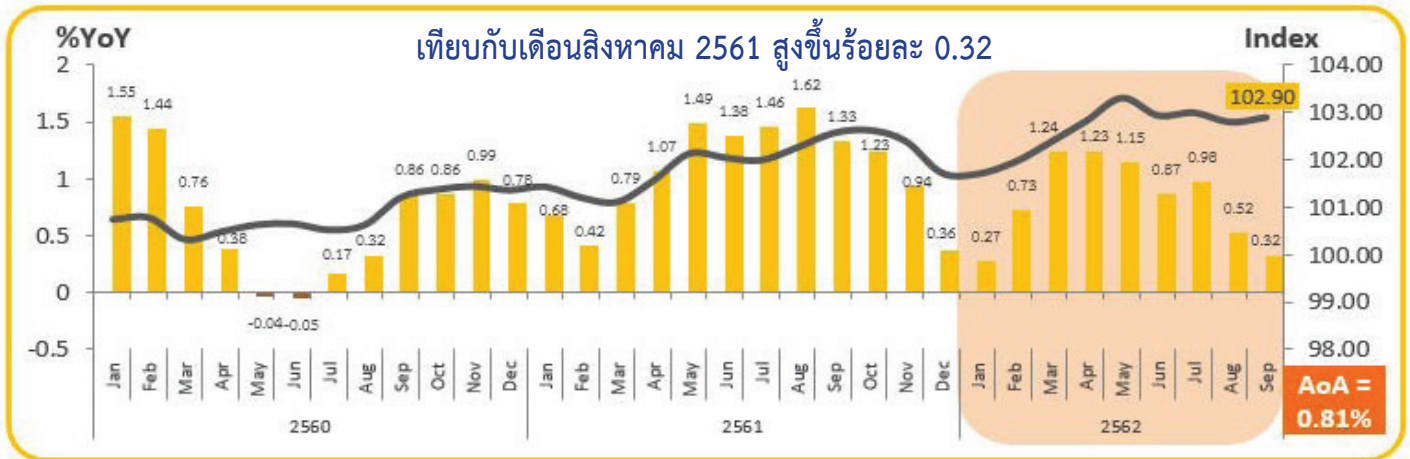
## ภาพรวมเศรษฐกิจเดือนกันยายน 2562

### เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนกันยายน 2562

		%MoM	%YoY	%AoA
 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	Headline CPI	0.10	0.32	0.81
 ดัชนีราคาพื้นฐาน	Core CPI	0.09	0.44	0.54
 ดัชนีราคาผู้ผลิต	PPI	0.0	-1.9	-0.8
 ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง	CMI	-0.7	-2.8	-0.8

ภาพรวม เศรษฐกิจโลกยังคงชะลอตัวอย่างต่อเนื่องจากสงครามการค้า ความผันผวนของค่าเงินและราคาพลังงาน ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยยังคงมีความเสี่ยงทั้งจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยมีสัญญาณจากเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ เงินเพื่อชะลอตัวต่อเนื่องติดต่อกันตลอดไตรมาสและขยายตัวในอัตราต่ำ โดยสินค้ากลุ่มอาหารสดยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เงินเฟ้อสูงขึ้น ขณะที่สินค้ากลุ่มพลังงานยังคงหดตัวอย่างต่อเนื่องตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่แม้จะเพิ่มขึ้นตามเหตุถล่มโรงกลั่นน้ำมันในตะวันออกกลาง แต่ยังคงต่ำกว่าราคาในปีที่แล้ว (เมื่อหักอาหารสดและพลังงานออกแล้ว เงินเฟ้อพื้นฐานขยายตัวที่ร้อยละ 0.44) เงินเฟ้อในเดือนนี้ชะลอตัวสอดคล้องกับการหดตัวของดัชนีราคาผู้ผลิตและดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ที่ลดลงร้อยละ 1.9 และ 2.8 ตามลำดับ แต่ยังมีสัญญาณบวกจากยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากการใช้จ่ายในประเทศกลับมาขยายตัวได้ในรอบ 3 เดือน และความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตยังอยู่ในช่วงเชื่อมั่น อย่างไรก็ตาม สัญญาณจากเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจอื่นๆ ยังคงชี้ว่าทิศทางเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้ไม่เต็มที่ ซึ่งต้องเฝ้าระวังและติดตามอย่างใกล้ชิดต่อไป

มีสัญญาณบวกจากยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากการใช้จ่ายในประเทศกลับมาขยายตัวได้ในรอบ 3 เดือน และความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตยังอยู่ในช่วงเชื่อมั่น อย่างไรก็ตาม สัญญาณจากเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจอื่นๆ ยังคงชี้ว่าทิศทางเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้ไม่เต็มที่ ซึ่งต้องเฝ้าระวังและติดตามอย่างใกล้ชิดต่อไป



ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป) เดือนกันยายน 2562 เท่ากับ 102.90 เทียบกับเดือนกันยายน 2561 สูงขึ้นร้อยละ 0.32 (YoY) ตามการสูงขึ้นของหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 2.47 โดยข้าว แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง สูงขึ้นร้อยละ 9.15 โดยเฉพาะข้าวสาร เนื่องจากผลผลิตน้อย ผักและผลไม้ สูงขึ้นร้อยละ 7.04 โดยเฉพาะผัก (มะนาว พริกสด หอมหัวแดง) เนื่องจากผลผลิตได้รับความเสียหายจากฝนตกชุกและฐานราคาปีที่ผ่านมาต่ำ เนื้อสัตว์ เป็ดไก่และสัตว์น้ำ สูงขึ้นร้อยละ 2.79 (เนื้อสุกร ปลาชนิด ไข่ไก่) ไข่และผลิตภัณฑ์นม สูงขึ้นร้อยละ 1.63 (ไข่ไก่ ไข่เป็ด ครีมเทียม) เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 0.53 (น้ำอัดลม กาแฟร้อน/เย็น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร) อาหารบริโภคในบ้านและนอกบ้าน สูงขึ้นร้อยละ 0.66 และ 0.51 (ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว อาหารเข้า) ขณะที่เครื่องประกอบอาหาร ลดลงร้อยละ 0.10 (น้ำมันพืช ซอสหอยนางรม) ตามการส่งเสริมการตลาด ขณะที่หมวดอื่นๆ ไม่มีอาหารและเครื่องดื่ม ลดลงร้อยละ 0.90 ตามการลดลงของหมวดพาหนะ การขนส่งและการสื่อสาร ร้อยละ 2.86 โดยน้ำมันเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 9.91 (น้ำมันเชื้อเพลิงทุกประเภท ยกเว้นก๊าซธรรมชาติ (NGV) และก๊าซยานพาหนะ (LPG))

การสื่อสาร ลดลงร้อยละ 0.03 (เครื่องรับโทรศัพท์มือถือ) หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ลดลงร้อยละ 0.30 (รองเท้า เสื้อผ้า บุรุษและสตรี) ขณะที่ค่าโดยสารสาธารณะ สูงขึ้นร้อยละ 6.13 หมวดเคหสถาน สูงขึ้นร้อยละ 0.33 (ค่ากระแสไฟฟ้า ค่าเช่าบ้าน ผงซักฟอก น้ำยาล้างห้องน้ำ) หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล สูงขึ้นร้อยละ 0.23 (ของใช้ส่วนบุคคล และค่ายา) หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษา สูงขึ้นร้อยละ 0.75 (ค่าเดินทางไปเยี่ยมญาติและทำบุญ) หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 0.01 (สุรา)

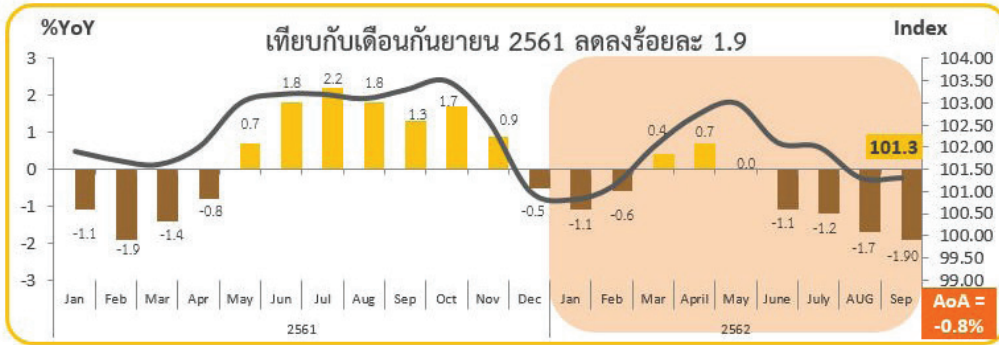
ดัชนีราคาผู้บริโภค เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2562 สูงขึ้นร้อยละ 0.10 (MoM) เฉลี่ย 9 เดือน (ม.ค.-ก.ย.) ปี 2562 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.81 (AoA) และไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.61

### คาดการณ์เงินเฟ้อปี 2562

ณ กันยายน 2562



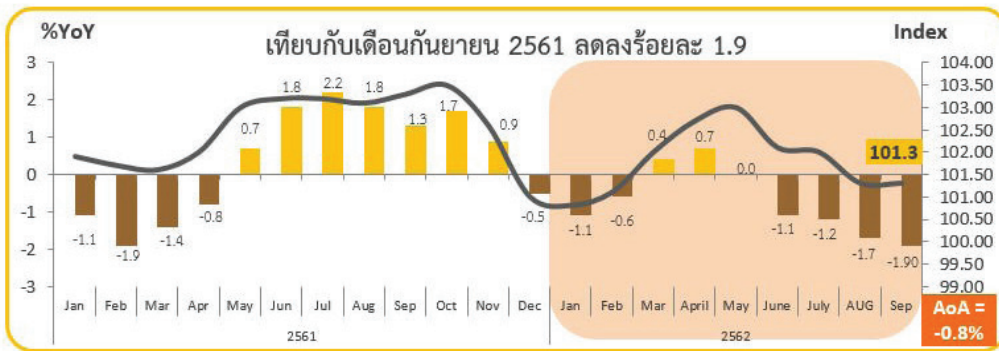




**ดัชนีราคาผู้ผลิต** เดือนกันยายน 2562 เท่ากับ 101.3 เมื่อเทียบกับเดือนกันยายน 2561 ลดลงร้อยละ 1.9 (YoY) โดย**หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** ลดลงร้อยละ 2.8 ตามการลดลงของสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร (กุ้งแช่แข็ง) เนื่องจากผลผลิตมีจำนวนมาก กลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิง ความต้องการลดลงจากสงครามการค้า กลุ่มเคมีภัณฑ์ (เม็ดพลาสติก) กลุ่มสิ่งทอ และผลิตภัณฑ์สิ่งทอ (เส้นใยสังเคราะห์ ด้ายใยสังเคราะห์ผสมฝ้าย ด้ายฝ้าย)

กลุ่มเยื่อกระดาษ และกลุ่มโลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะ (เหล็กแผ่น เหล็กเส้นและเหล็กฉาก) ราคาวัตถุดิบปรับลดลง กลุ่มเครื่องไฟฟ้า อุปกรณ์และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ปรับราคาเพื่อระบายสินค้ารุ่นเดิม และ**หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** ลดลงร้อยละ 7.1 จากกลุ่มสินค้าน้ำมันปิโตรเลียมดิบ ก๊าซธรรมชาติและแอสฟัลต์ (สังกะสี ดีบุก วุลแฟรม) ขณะที่**หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม** สูงขึ้นร้อยละ 6.9 จากการสูงขึ้นของกลุ่มผลผลิตการเกษตร (ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกเหนียว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และพืชผัก (มะนาว มะเขือ ข้าวโพดฝักอ่อน) และกลุ่มปศุสัตว์ (สุกร ไก่มีชีวิตและไข่ไก่) กลุ่มปลาและสัตว์น้ำ (ปลาดุก ปลาดูบเลี้ยง หอยนางรม หอยลาย) ผลผลิตออกสู่ตลาดลดลง ขณะที่ความต้องการมีอย่างต่อเนื่อง ส่วนผลไม้ (กล้วยน้ำว้า สับปะรดโรงงาน ส้มเขียวหวาน) ราคาปรับสูงขึ้นตามความต้องการ สำหรับสินค้าที่ราคาตกลง ได้แก่ มันสำปะหลัง ผลปาล์มสด อ้อย ยางพารา และกุ้งแวนนาไม ปริมาณผลผลิตมีมากขณะที่ความต้องการลดลงตามเศรษฐกิจที่ชะลอตัว

**ดัชนีราคาผู้ผลิต** เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2562 ดัชนีไม่เปลี่ยนแปลง (MoM) เฉลี่ย 9 เดือน (ม.ค.-ก.ย.) ปี 2562 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 0.8 (AoA) และไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 1.6



**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เดือนกันยายน 2562 เท่ากับ 105.9 เมื่อเทียบกับเดือนกันยายน 2561 ลดลงร้อยละ 2.8 (YoY) จากการลดลงของ**หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** ร้อยละ 14.6 (เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ-ข้ออ้อย เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ ลวดผูกเหล็ก) เนื่องจากราคาเหล็กในตลาดโลกที่ปรับลดลง และราคาวัตถุดิบมีการปรับตัวลงจากปีก่อน ประกอบกับความต้องการใช้ในประเทศลดลง สะท้อนจากยอดขายเหล็กในประเทศที่ลดลงต่อเนื่อง **หมวดสุขภัณฑ์** ลดลงร้อยละ 0.7

(โลส่วม อ่างล้างหน้า ที่ปัสสาวะ) ปรับราคาลงเพื่อกระตุ้นยอดขาย **หมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ** ลดลงร้อยละ 1.0 (อลูมิเนียมแผ่น ยางมะตอย) ตามราคาปิโตรเลียมที่ปรับลดลง **หมวดซีเมนต์** ลดลงร้อยละ 0.5 (ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม ปูนซีเมนต์ขาว) จากความต้องการลดลง สอดคล้องกับยอดขายปูนซีเมนต์ในประเทศหดตัวต่อเนื่อง 7 เดือน **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** ลดลงร้อยละ 0.5 (ท่อร้อยสายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์พีวีซี ท่อพีวีซีและอุปกรณ์ ท่อระบายน้ำเสียพีวีซี) และ**หมวดวัสดุฉนวน** ลดลงร้อยละ 0.2 (ซิลิโคน) ปรับลดลงตามวัตถุดิบ ในขณะที่**หมวดไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้** สูงขึ้นร้อยละ 11.2 (ไม้พื้น ไม้ฝา ไม้คาน) จากไม้นำเข้าราคาสูงขึ้น **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** สูงขึ้นร้อยละ 1.7 (เสาเข็มคอนกรีต คอนกรีตบล็อก คอนกรีตผสมเสร็จ) เนื่องจากปริมาณลดลงจากสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิต และ**หมวดกระเบื้อง** สูงขึ้นร้อยละ 0.7 (กระเบื้องยางพีวีซีปูพื้น)

**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2562 ลดลงร้อยละ 0.7 (MoM) เฉลี่ย 9 เดือน (ม.ค.-ก.ย.) ปี 2562 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 0.8 (AoA) และไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 2.4



อาชีพ	ดัชนีความเชื่อมั่น
เกษตรกร	47.2
พนักงานเอกชน	43.9
ผู้ประกอบการ	47.0
รับจ้างอิสระ	44.3
พนักงานของรัฐ	50.8
นักศึกษา	43.0
ไม่ได้ทำงาน	43.9

**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค** เดือนกันยายน 2562 **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม** อยู่ที่ระดับ 46.0 ปรับตัวลดลงจากระดับ 47.2 ในเดือนก่อนหน้า เป็นระดับที่ต่ำกว่าช่วงความเชื่อมั่นเป็นเดือนที่ 4 ติดต่อกัน โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันลดลงจาก 41.0 มาอยู่ที่ 39.8 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตยังคงอยู่ในช่วงความเชื่อมั่นที่ระดับ 50.1 ปรับลดลงเล็กน้อยจากเดือนก่อนหน้าที่ระดับ 51.3 ทั้งนี้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวลดลงเกิดจากความกังวลต่อการชะลอตัวของเศรษฐกิจ การแข็งค่าของเงินบาท การส่งออกที่หดตัว และหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม คาดว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ทั้งการส่งเสริมการใช้จ่ายในประเทศ การท่องเที่ยว และการลงทุน จะช่วยให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น และเป็นปัจจัยเสริมสร้าง

ให้ความเชื่อมั่นของประชาชนปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นได้ เฉลี่ยไตรมาสที่ 3 ปี 2562 **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม** อยู่ที่ระดับ 47.0 และ**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต** อยู่ที่ระดับ 50.9

## การค้าระหว่างประเทศของไทย : สิงหาคม 2562

### การส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2562 มีมูลค่า 21.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ กลับมาหดตัวอีกครั้งที่ร้อยละ 4.0 ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเร่งส่งออกในเดือนก่อนเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจากสงครามทางการค้าที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงขึ้น โดยผลของสงครามการค้าได้นำไปสู่การชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญ ซึ่งส่งผลให้การส่งออกในหลายตลาดหดตัว โดยเฉพาะการส่งออกไปตลาดอาเซียน-5 CLMV และเอเชียใต้มีการหดตัวในระดับสูง ในขณะที่ราคาน้ำมันดิบที่อยู่ในระดับต่ำได้ส่งผลให้สินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันยังคงหดตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งอุปทานส่วนเกินของสินค้าเกษตรในตลาดโลกและการแข็งค่าของเงินบาทยังเป็นปัจจัยกดดันต่อการส่งออกสินค้าเกษตรในเดือนนี้ สำหรับการส่งออกไทยยังได้รับผลกระทบน้อยกว่าหลายประเทศในภูมิภาค โดยการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ทวีปออสเตรเลีย และตะวันออกกลางยังคงขยายตัวได้ดี และการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยังคงขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากการส่งออกทองคำ อัญมณีและเครื่องประดับ ที่ขยายตัวในระดับสูง สำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรสำคัญที่ยังขยายตัวได้ดีทั้งในด้านปริมาณและราคา ได้แก่ ผัก ผลไม้สด แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป ไม้สักแช่แข็งและแปรรูป ขณะที่สินค้าส่งออกสำคัญที่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง ได้แก่ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เครื่องส่งวิทยุ โทรเลขและโทรศัพท์ ผัก ผลไม้สด แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป ไม้สักแช่แข็งและแปรรูป รวม 8 เดือนแรกของปี 2562 การส่งออกหดตัวร้อยละ 2.2

การส่งออกไปตลาดสำคัญๆ นับจากการตอบโต้ทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน การส่งผลกระทบต่อกระแสการค้าโลกที่มีความรุนแรงขึ้น รวมทั้งขยายผลกระทบกว้างขึ้นจากช่องทางการค้าผ่านห่วงโซ่อุปทานไปสู่ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวอย่างชัดเจน ทำให้การส่งออกของไทยได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม และการส่งออกไปตลาดสำคัญของไทยปรับตัวลดลง โดยการส่งออกไปยังตลาดหลักในเดือนสิงหาคม 2562 หดตัวร้อยละ 0.1 แม้ว่าส่งออกไปสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 5.8 แต่การส่งออกไปญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป หดตัวร้อยละ 1.2 และ 6.2 ตามลำดับ ด้านการส่งออกไปตลาดศักยภาพสูงหดตัวร้อยละ 16.0 เนื่องจากการส่งออกไปอาเซียน-5 และเอเชียใต้หดตัวร้อยละ 24.6 และ 20.0 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปจีนลดลงไม่มากนักเพียงร้อยละ 2.7 อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปตลาดศักยภาพระดับรองขยายตัวร้อยละ 0.2 เนื่องจากการส่งออกไปทวีปออสเตรเลีย และตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ 18.4 และ 5.3 ตามลำดับ ส่วนแอฟริกา กลุ่มประเทศ CIS และลาตินอเมริกา หดตัวร้อยละ 22.8 10.5 และ 8.2 ตามลำดับ

แนวโน้มการส่งออกในช่วงที่เหลือของปี 2562 ยังมีความเสี่ยงจากสงครามการค้า การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก และการแข็งค่าของเงินบาท อย่างไรก็ตาม กระทรวงพาณิชย์ มีแผนผลักดันการส่งออกในครึ่งปีหลังให้สามารถขยายตัวได้ร้อยละ 3.0 โดยรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) มีนโยบายรักษาตลาดเดิม ขยายตลาดใหม่ พื้นฟูตลาดเก่า เช่น ตลาดตะวันออกกลาง ที่เคยเป็นตลาดข้าวเก่าของไทย เช่น อิรัก รวมทั้งตลาดอื่นๆ เช่น จอร์แดน กาตาร์ บาห์เรน คูเวต ตลาดอาเซียนและ CLMV เป็นตลาดศักยภาพและมีโอกาสเพิ่มเติมவுการค้าอีกมาก โดยเฉพาะการค้าชายแดนและผ่านแดนซึ่งต้องเร่งแก้ไขปัญหอุปสรรคเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้า ตลาดจีน มุ่งเน้นเพิ่มมูลค่าในพื้นที่ที่ไทยเข้าไปทำตลาดแล้ว รวมทั้งขยายไปยังมณฑลตอนในหรือเมืองรองที่ยังเข้าไม่ถึง ตลาดอินเดีย ถือเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงมาก และมีความต้องการในการบริโภคที่หลากหลาย ทั้งนี้ รองนายกรัฐมนตรี มีกำหนดการไปเยือนจีน และอินเดีย ในปลายเดือนกันยายนนี้ เพื่อเร่งผลักดันสินค้าเกษตรของไทย ทั้งข้าว น้ำมันสำปะหลัง ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และสินค้าเกษตรอื่นๆ ให้ได้มากที่สุด

### การนำเข้า

เดือนสิงหาคม 2562 การนำเข้ามีมูลค่า 19,862 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หดตัวร้อยละ 14.62 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการหดตัวของเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (-5.95%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (-17.57%) เคมีภัณฑ์ (-10.96%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (-16.82%) ขณะที่สินค้านำเข้าที่ยังมีการขยายตัวดี ได้แก่ น้ำมันดิบ (+3.66%) โดยแหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (-9.86%) ญี่ปุ่น (-11.18%) สหรัฐอเมริกา (-6.71%) มาเลเซีย (-9.20%) และสหรัฐอเมริกาบริติช (-1.84%)

### ดุลการค้า

เดือนสิงหาคม 2562 เกินดุลการค้ามูลค่า 2,052.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

## การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐ (Million USD)	ส.ค. 2562 Aug 2019	ม.ค. - ส.ค. 2562 Jan-Aug 2019
มูลค่าการส่งออก (Export value)	21,914.9 -4.00%	166,090.6 -2.19%
มูลค่าการนำเข้า (Import value)	19,862.4 -14.62%	159,984.4 -3.61%
ดุลการค้า (Trade Balance)	+2,052.6	+6,106

### สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ส.ค. 62

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
อัญมณีและเครื่องประดับ	2,427.94	+177.84	11.08	จีน	2,679.43	-2.72	12.23
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,384.42	-12.60	10.88	สหรัฐฯ	2,572.58	5.85	11.74
เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	1,592.44	-10.50	7.27	ญี่ปุ่น	2,137.23	-1.19	9.75
ผลิตภัณฑ์ยาง	968.63	-0.09	4.42	ออสเตรเลีย	1,209.11	+18.90	5.52
เม็ดพลาสติก	773.05	-18.35	3.53	สวีตเซอร์แลนด์	1,153.11	+1,722.81	5.26

### สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ส.ค. 62

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	1,294.45	+3.66	11.05	จีน	4,022.17	-9.86	20.25
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,662.22	-5.95	8.37	ญี่ปุ่น	2,694.88	-11.18	13.57
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,481.55	-17.57	7.46	สหรัฐอเมริกา	1,256.97	-6.71	6.33
เคมีภัณฑ์	1,324.24	-10.96	6.67	มาเลเซีย	1,003.85	-9.20	5.05
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,127.41	-16.82	5.68	สหรัฐอเมริกาบริติช	790.80	-1.84	3.98

### ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	มิ.ย. 62	ก.ค. 62	ส.ค. 62	ส.ค. 62	ดัชนี ส.ค. 62
ส่งออก	-0.1	+0.1	-0.3	+0.3	100.9
นำเข้า	-0.4	+0.5	-0.6	-0.3	93.0

### ดัชนีราคาสินค้าส่งออก-นำเข้า

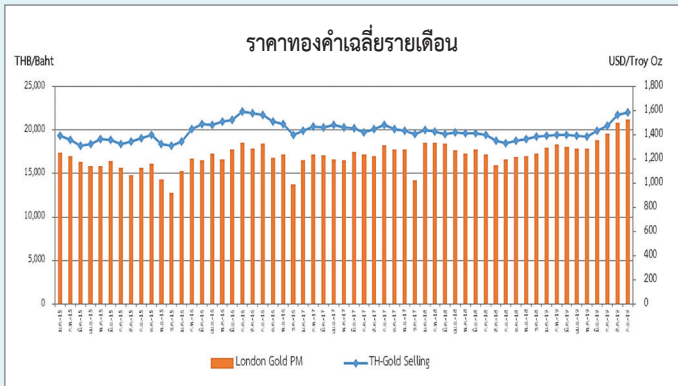
**ดัชนีราคาส่งออก** เดือนสิงหาคม 2562 เท่ากับ 100.9 (ปี 2555 = 100) เทียบกับเดือนสิงหาคม 2561 สูงขึ้นในอัตราชะลอตัวร้อยละ 0.3 (YoY) จากผลของราคาสินค้าสำคัญบางรายการที่ยังคงปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับคำสั่งซื้อจากตลาดต่างประเทศที่มีอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนให้ดัชนีราคาส่งออกปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าเกษตรกรรม ได้แก่ ข้าว ไม้สัก แช่แข็งแช่แข็ง ยางพารา ผลไม้สดแช่แข็งแช่แข็ง และแห้ง หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่ ทองคำ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว และหมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ได้แก่ ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป ขณะที่หมวดสินค้าที่ส่งผลให้ดัชนีราคาส่งออกลดลง คือ หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูปและน้ำมันดิบ อย่างไรก็ตาม ทิศทางการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและผลสงครามการค้า ระหว่างสหรัฐฯ และจีนที่ยังคงยืดเยื้อ รวมถึงทิศทางอัตราแลกเปลี่ยนที่มีแนวโน้มแข็งค่าต่อเนื่อง อาจเป็นปัจจัยกดดันต่อทิศทางราคาส่งออกของไทยในระยะข้างหน้า

**ดัชนีราคานำเข้า** เดือนสิงหาคม 2562 เท่ากับ 93.0 (ปี 2555 = 100) เทียบกับเดือนสิงหาคม 2561 ลดลงร้อยละ 0.3 (YoY) เป็นผลมาจากดัชนีราคานำเข้าหมวดสินค้าเชื้อเพลิงปรับตัวลดลง ได้แก่ น้ำมันดิบ และน้ำมันสำเร็จรูป ขณะที่หมวดสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ได้แก่ ทองคำ อุปกรณ์ ส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และสัตว์น้ำสดแช่เย็นแช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป ด้ายและเส้นใย หมวดสินค้าทุน ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องมือ เครื่องใช้ทางวิทยาศาสตร์ การแพทย์ การทดสอบ และผลิตภัณฑ์ทำจากยาง หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ได้แก่ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ รถยนต์นั่ง และหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ สบู่ ผงซักฟอกและเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน นาฬิกาและส่วนประกอบ



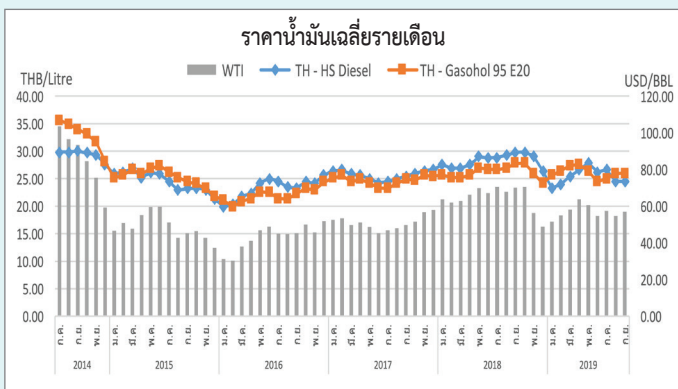
# สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

กันยายน 2562



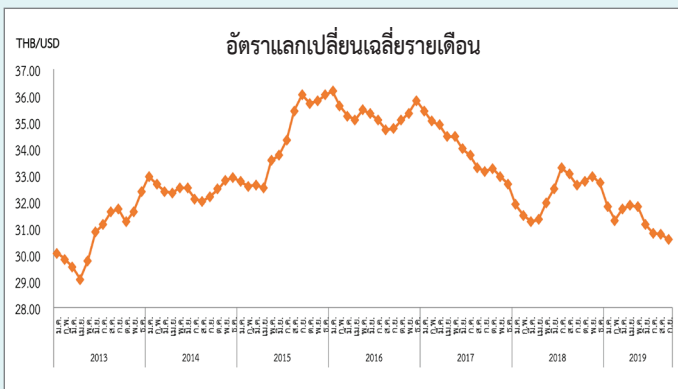
## ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนกันยายน 2562 เฉลี่ยอยู่ที่ 21,769.05 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.22 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.94 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนหน้า เพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเวลา 4 เดือน และมีมูลค่าสูงสุดในรอบ 3 ปี สอดคล้องกับทิศทางราคาทองคำในตลาดโลก ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.84 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า มาอยู่ที่ 1,511.31 เหรียญสหรัฐฯ ต่อทROYออนซ์ สูงสุดในรอบ 78 เดือน (6 ปี) เป็นผลมาจากความกังวลภาวะหดตัวของเศรษฐกิจโลก แรงกระตุ้นของสงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน การแยกตัวของอังกฤษจากสหภาพยุโรป Brexit ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างจีน-ฮ่องกง รุนแรงมากขึ้น เป็นแรงหนุนให้นักลงทุนถือทองคำซึ่งเป็นสินทรัพย์ปลอดภัยมากขึ้น โดยคาดการณ์ว่าราคาทองคำในไตรมาส 4 ของปี 2562 จะปรับตัวอยู่ที่ 1,450 - 1,550 เหรียญสหรัฐฯ ต่อทROYออนซ์



## ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนกันยายน 2562 ปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 56.96 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.85 จากเดือนก่อนหน้า และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าหดตัวร้อยละ 18.73 เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบในภูมิภาคตะวันออกกลาง หลังเกิดเหตุถล่มโรงกลั่นน้ำมันในซาอุดีอาระเบีย นอกจากนี้สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนที่มีความตึงเครียดลดลง ทำให้ตลาดเริ่มคลายความกังวลจากเรื่องดังกล่าว อย่างไรก็ตาม คาดว่าราคาน้ำมันดิบจะยังคงถูกกดดันจากความต้องการใช้น้ำมันโลกที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลง ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ส่วนราคาน้ำมันในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อยู่ที่ 25.98 บาท/ลิตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.23 จากเดือนก่อนหน้า ขณะที่ราคาน้ำมันดีเซล อยู่ที่ 24.53 บาท/ลิตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.08 จากเดือนก่อนหน้า



## อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนกันยายน 2562 เฉลี่ยอยู่ที่ 30.57 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ แข็งค่าขึ้นร้อยละ 0.64 จากเดือนก่อนหน้า และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แข็งค่าขึ้นร้อยละ 6.28 โดยเป็นผลจากเงินดอลลาร์มีทิศทางอ่อนค่า จากการชะลอตัวของเศรษฐกิจและการปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) ลดลงร้อยละ 0.25 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ และยังมีการประกาศลดดอกเบี้ยหรือคงดอกเบี้ยจากธนาคารกลางอีกหลายแห่งตามมา โดยของไทย คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 1.50 ต่อปี

## ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) เดือนกันยายน 2562 ปรับตัวลดลงจากเดือนสิงหาคม จากราคา 1,176.43 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,155.00 บาท/100 กิโลกรัม ขณะที่ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 3,337.38 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 3,463.10 บาท/100 กิโลกรัม ราคาข้าวโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากสถานการณ์ภัยแล้งทำให้ผลผลิตข้าวลดลง ขณะที่ความต้องการข้าวเพิ่มขึ้นจากความกังวลต่อปัญหาภัยแล้งที่อาจทำให้ขาดแคลนผลผลิตข้าว ประกอบกับค่าเงินบาทที่แข็งค่าต่อเนื่อง

## ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนกันยายน 2562 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 46.57 บาท และ 42.15 บาท ตามลำดับ ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ลดลงจากเดือนที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 0.15 ขณะที่ราคายางแท่ง STR 20 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 1.91 ราคายางโดยรวมปรับตัวตามความต้องการของผู้ประกอบการทั้งภายในและต่างประเทศ และได้รับแรงสนับสนุนจากมาตรการแก้ปัญหาการค้ายาง อย่างไรก็ตาม ก็ได้รับแรงกดดันจากค่าเงินบาทที่ยังคงแข็งค่าเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐฯ

## ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	Aug-62	Sep-62	%Δ(MOM)	Sep-61	Sep-62	%Δ(YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,176.43	1,155.00	-1.82	1,175.00	1,155.00	-1.70
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		3,337.38	3,463.10	3.77	3,315.00	3,463.10	4.47
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		46.64	46.57	-0.15	47.13	46.57	-1.19
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		41.36	42.15	1.91	44.45	42.15	-5.17
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,498.80	1,511.31	0.83	1,198.47	1,511.31	26.10
ไทย (THB/Baht)		21,720.45	21,769.05	0.22	18,457.50	21,769.05	17.94
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		54.85	56.96	3.85	70.08	56.96	-18.73
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		30.77	30.57	-0.64	32.62	30.57	-6.28

## สินค้าออนไลน์มีราคาต่ำกว่าสินค้าออฟไลน์จริงหรือ?

### กรณีศึกษาราคาสินค้าชุดเบ็ดเตล็ดของร้าน Modern trade รายใหญ่ 3 รายในไทย

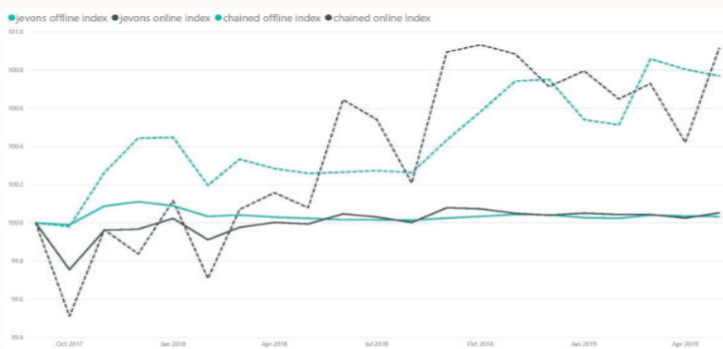
ในยุคเศรษฐกิจใหม่ที่เทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน รวมทั้งต้นทุนค่าขนส่งและการชำระเงินที่ถูกลง ทำให้ประชาชนหันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้ ตลาดสินค้าและบริการออนไลน์ทั่วโลกยังมีศักยภาพในการเติบโตอีกมากจากการศึกษาของ AliResearch ในปี 2015 คาดการณ์ว่ามูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบข้ามพรมแดนแบบ B2C ทั่วโลกมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 27.3 ต่อปี ระหว่างปี 2014-2020 สำหรับประเทศไทย สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) คาดการณ์ว่า ในปี 2561 มูลค่า E-Commerce ในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 3,150,232.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 14

ด้วยความพยายามในการพัฒนาดัชนีราคาผู้บริโภคให้สะท้อนความเป็นจริงให้มากขึ้น สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ที่มีภารกิจในการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ ได้ศึกษาข้อมูลราคาสินค้าออนไลน์ ที่เก็บจากการจรรยาบรรณจากหน้าเว็บไซต์ของร้านค้าโมเดิร์นเทรดรายใหญ่จำนวน 3 ราย ของสินค้าที่ใช้จัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคชุดทั่วไป ได้แก่ สินค้าในกลุ่มอาหาร เครื่องประกอบอาหาร ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และของใช้ส่วนบุคคล ซึ่งรวมแล้วมีน้ำหนักประมาณร้อยละ 9.02 ของน้ำหนักรวมในตะกร้า CPI ตั้งแต่เดือนกันยายน 2560-ปัจจุบัน (พฤษภาคม 2562) จำนวน 72 รายการ 288 ตัวอย่างสินค้า เพื่อนำมาจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคออนไลน์ (CPI-Online) แบบไม่ถ่วงน้ำหนัก เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับดัชนีราคาผู้บริโภคแบบออฟไลน์ที่สำนักงานฯ จัดทำอยู่แล้ว รวมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ในการนำราคาสินค้าออนไลน์มาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำ CPI ในอนาคต

#### ผลการศึกษา

**1. ราคาสินค้าออนไลน์และออฟไลน์เคลื่อนไหวเพิ่มหรือลดไปในทางเดียวกัน (Synchronization)** ยกเว้นสินค้าประเภทเครื่องประกอบอาหาร เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด และของใช้ส่วนบุคคล ที่การเคลื่อนไหวของสินค้าออนไลน์กับออฟไลน์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

**2. ราคาสินค้าออนไลน์มีความผันผวนมากกว่าราคาสินค้าออฟไลน์ (Volatility)** สอดคล้องกับผลการศึกษาของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วยฯ โดยคุณพิมพ์ มโนพิโมกษ์ และคณะ โดยสินค้าออนไลน์กลุ่มที่มีความผันผวนสูง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความหลากหลายของลักษณะจำเพาะน้อย เนื่องจากข้อจำกัดของการจัดเก็บข้อมูลราคาออนไลน์



สีเขียว : ดัชนีราคาออฟไลน์ สีดำ : ดัชนีราคาออนไลน์  
 เส้นประ : คำนวณโดยสูตร Fixed base  
 เส้นทึบ : คำนวณโดยสูตร Chained base  
 ที่มา: คำนวณโดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

**3. สินค้าออนไลน์จะมีราคา “ต่ำ” กว่าราคาสินค้าออฟไลน์อย่างมีนัยสำคัญ (Price Comparison)** เมื่อวัดค่าความต่างด้วยวิธีการทางสถิติ และตัดกลุ่มสินค้าที่อาจจะมีปัญหาออกไป (เช่น มีลักษณะจำเพาะน้อย และกลุ่มสินค้าของใช้ส่วนบุคคล ซึ่งเป็นสินค้ากลุ่มเดียวที่ราคาออนไลน์แพงกว่าออฟไลน์) โดยร้อยละ 58 ของสินค้าออนไลน์ที่เก็บราคาทั้งหมดมีราคาต่ำกว่าสินค้าออฟไลน์ที่ลักษณะจำเพาะเดียวกัน (สอดคล้องกับผลการศึกษากรณีของไทยของ คุณอรธฤต เล็กศิริไล จากสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วยฯ และผลการศึกษาด้วยข้อมูลหลายประเทศของศาสตราจารย์ Alberto Cavallo จาก Massachusetts Institute of Technology: MIT)

#### 4. ข้อสังเกตจากผลการศึกษา

**4.1. การซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ช่วยลดค่าครองชีพของประชาชนลงได้จริง** เนื่องจากราคาสินค้าออนไลน์ “ต่ำ” กว่าออฟไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในระดับภาพรวม และ “เท่า” หรือ “ต่ำ” กว่าราคาออฟไลน์ในสินค้าที่ระดับกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม

กลุ่มสินค้า	ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของราคา (ออนไลน์ - ออฟไลน์)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t-stat	จำนวนตัวอย่าง
ทั้งหมด <sup>1</sup>	-0.376284396	4.738691	-4.91489*	3831
ข้าว แป้ง และผลิตภัณฑ์จากแป้ง	0.160842	3.48739	0.694884	227
ไข่และผลิตภัณฑ์นม	-0.61531	5.08212	-2.82908*	546
เครื่องปรุงอาหาร	0.00084	1.641536	0.016618	1056
เครื่องดื่ม	0.068901	2.891821	0.673481	799
อาหารภายในบ้าน	0.07939	2.550213	0.473145	231
สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาด	-1.25013	7.656004	-5.09341*	973
ของใช้ส่วนบุคคล	4.251502	15.11606	10.37988*	1362

หมายเหตุ: ที่ความเชื่อมั่น 95%

**4.2 การรวมช่องทางออนไลน์เข้ามาในการจัดทำ CPI อาจจะไม่ดี** ทำให้อัตราเงินเฟ้อเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการศึกษาพบว่าราคาสินค้าออนไลน์มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางและขนาดที่สอดคล้องกันกับราคาสินค้าออฟไลน์ ณ ระดับกลุ่มย่อยเดียวกัน

**4.3 ผู้ประกอบการมีพฤติกรรมกระแ่กแยกตลาดในการตั้งราคาสินค้า** ระหว่างตลาดออนไลน์และออฟไลน์ ด้วยการตั้งราคาสินค้าออนไลน์ให้มีราคาถูกกว่าราคาในช่องทางออฟไลน์ ยกเว้นสินค้าประเภทของใช้ส่วนบุคคลที่มีราคาในช่องทางออนไลน์สูงกว่า

อย่างไรก็ตามงานศึกษานี้ยังมีข้อจำกัดในเรื่องข้อมูลที่ยังมีอยู่ไม่เพียงพอ คิดเป็นเพียงร้อยละ 17% ของรายการสินค้าในตะกร้าดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคทั้งหมด 422 รายการ เมื่อพิจารณาน้ำหนักของรายการสินค้ากลุ่มตัวอย่างมีน้ำหนักเพียงร้อยละ 9.02 จากน้ำหนักทั้งหมดของตะกร้าสินค้า CPI นอกจากนี้ กลุ่มสินค้าหลายกลุ่มในการศึกษานี้ยังมีจำนวนลักษณะจำเพาะน้อยมาก นอกจากนี้ การคำนวณดัชนีราคาสินค้าออนไลน์ในงานศึกษานี้ยังไม่ได้วัดด้วยน้ำหนักของสินค้าแต่ละรายการ ดังนั้น เพื่อพัฒนาการจัดทำดัชนีราคาสินค้าออนไลน์ สนค. มีแผนในการจัดเก็บข้อมูลราคาสินค้าออนไลน์ด้วยวิธี Web Scraping เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของการศึกษา รวมถึงสินค้าประเภทแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย และอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจากการสำรวจจากสำนักงานสถิติแห่งชาติและสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นประเภทสินค้าหลักที่ผู้บริโภคทั่วไปนิยมซื้อหาผ่านช่องทางออนไลน์ และทดลองสร้างดัชนีสินค้าออนไลน์ด้วยการถ่วงน้ำหนักแบบสูตร Laspeyres โดยใช้น้ำหนักของสินค้าออนไลน์จากการสำรวจของ สนค. เอง หรือน้ำหนักของสินค้าออฟไลน์ที่สำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติเป็นเบื้องต้นก่อน

#### เอกสารอ้างอิง

- พิมพ์ มโนพิโมกษ์, อัครพัชร เจริญพานิช และ ชนกานต์ ฤทธิพนธ์ (2019), “เงินเฟ้อไทยในยุคดิจิทัล: 5 ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับราคาสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย” สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์
- Leckcivilize, A. (2019), “The Movement and Change in Online Price Within and Across Selected Major Retail Stores in Thailand”, Puey Ungphakorn Institute for Economic Research.



ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

02-507-7895 | www.tpsoc.moc.go.th

โตที่ชั้น 13 สนค.