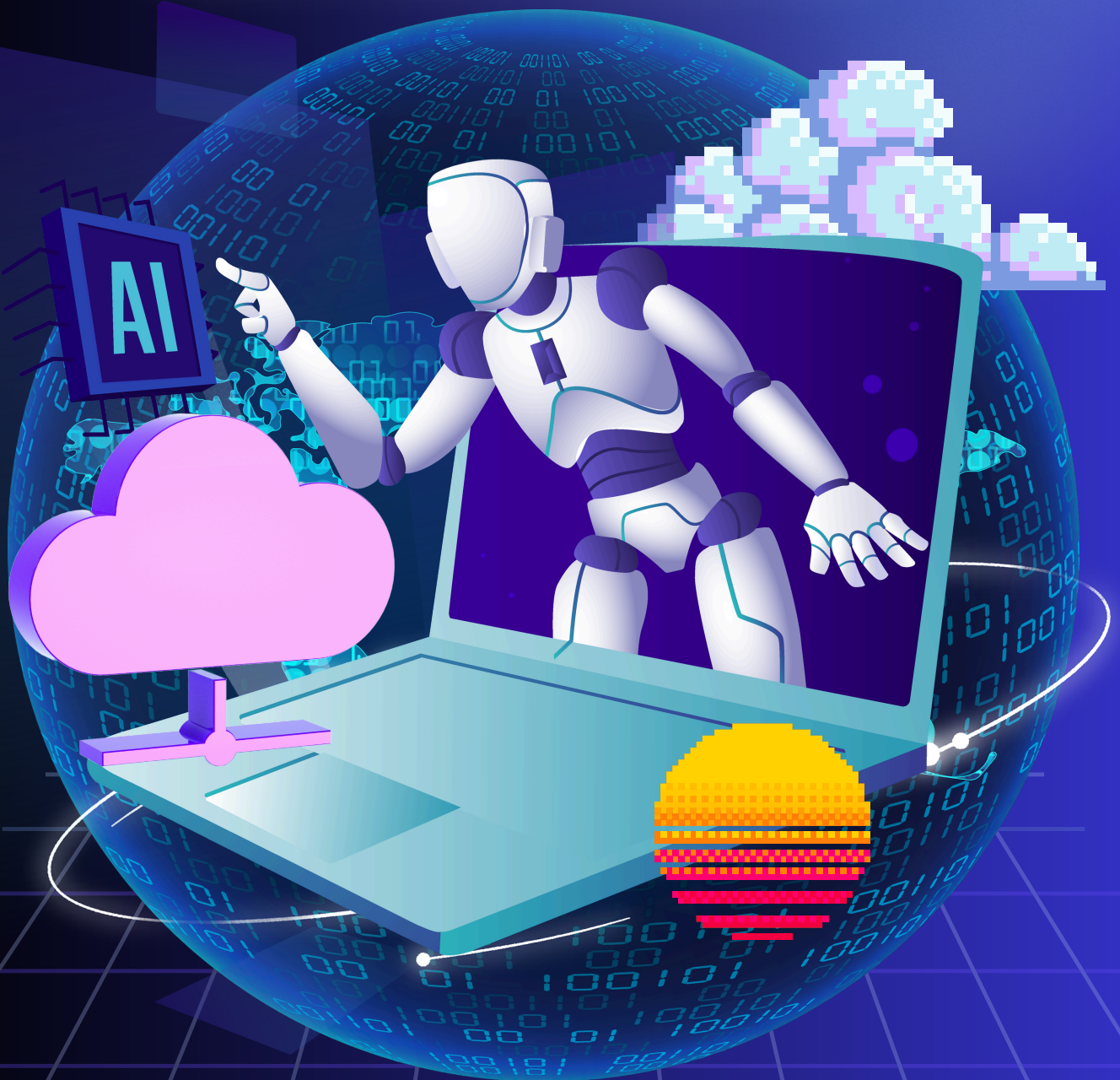


ปลดล็อกโอกาสเติบโต ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ และดิจิทัลไทย



กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
มีนาคม 2568

บทสรุปผู้บริหาร

รายงานการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย “ปลดล็อกโอกาสเติบโตธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทย”

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทยเป็นธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสูงและสามารถสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจไทยได้เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม แม้ธุรกิจดังกล่าวจะสามารถก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างงานใหม่ รวมทั้งขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล แต่สัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จำนวนนิติบุคคลและจำนวนแรงงานในธุรกิจดังกล่าวยังมีไม่มาก สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เล็งเห็นถึงโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งจะช่วยยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้ศึกษาสถานการณ์ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล กรณีศึกษาการกำกับดูแล/นโยบายการส่งเสริมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของต่างประเทศ ตลอดจนแนวทางในการปลดล็อกให้ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทยเติบโตได้มากขึ้น สรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลก

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลกในปัจจุบันมีแนวโน้มเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2566 มูลค่าการใช้จ่ายด้านธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ (IT Service) ของโลก เติบโตร้อยละ 3.8 จากปีก่อนหน้า คิดเป็นมูลค่ารวม 4.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยกลุ่มซอฟต์แวร์และกลุ่มบริการ IT จะเติบโตสูงสุดที่ร้อยละ 11.5 และ 4.9 ตามลำดับ และในปี 2567 คาดว่า การใช้จ่ายด้าน IT Service ของโลกจะมีมูลค่า 5.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 7.5¹

การค้าบริการระหว่างประเทศของโลก สาขาบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ (telecommunications, computer, and information services) มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2562-2565 โดยในปี 2565 มีมูลค่า 1.43 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.98 ของบริการทั้งหมดของโลก และเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 2.43 โดยเป็นการส่งออก 943,378.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการนำเข้า 491,826.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศที่ส่งออกมากที่สุด ได้แก่ ไอร์แลนด์ และประเทศที่นำเข้ามากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา

สถานการณ์ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทย

ในปี 2566 GDP ในสาขาบริการข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (Information and Communication) ซึ่งเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทยมีมูลค่า 506,195 ล้านบาท (ณ ราคาปัจจุบัน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.82 ของ GDP ทั้งหมดของไทย และร้อยละ 4.63 ของ GDP ภาคบริการของไทย จำนวนนิติบุคคลของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทยที่ดำเนินการอยู่มีจำนวน 33,482 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.78 ของจำนวนนิติบุคคลทั้งหมด และมีจำนวนแรงงาน 492,474 คน คิดเป็นร้อยละ 2.68 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด

¹ บริษัทการ์เทเนอร์ บริษัทวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศชั้นนำของโลก “Gartner Forecasts Worldwide IT Spending to Grow 7.5% in 2024”, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2024-07-16-gartner-forecasts-worldwide-it-spending-to-grow-7-point-5-percent-in-2024>

มูลค่าของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทยโดยรวมขยายตัวอย่างต่อเนื่อง² ในปี 2566 ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทยมูลค่า 567,057 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 9.79 ประกอบด้วยธุรกิจซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์มีมูลค่า 215,191 ล้านบาท และเป็นธุรกิจที่ขยายตัวสูงสุดในกลุ่มธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล โดยขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 12.80 ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์มีมูลค่า 44,236 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 0.01 และธุรกิจบริการดิจิทัลมีมูลค่า 307,630 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 9.28

ในช่วงปี 2562 - 2566 จำนวนนิติบุคคลในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง³ โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate: CAGR) ร้อยละ 9.34 ต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับมูลค่าของธุรกิจดังกล่าวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 มีจำนวนนิติบุคคลในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลที่ดำเนินกิจการจำนวน 33,482 ราย ส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก (Size S) จำนวน 32,091 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96 ของนิติบุคคลในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลที่ดำเนินกิจการทั้งหมด ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด คือ กลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัลมีจำนวน 19,235 ราย รองลงมาเป็นกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์มีจำนวน 7,877 ราย และกลุ่มดิจิทัลคอนเทนต์มีจำนวน 6,370 ราย

แรงงานในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล⁴ ในปี 2566 มีจำนวนทั้งหมด 492,474 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 4.0 โดยแรงงานในธุรกิจซอฟต์แวร์และดิจิทัลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากแบ่งตามกลุ่มธุรกิจจะพบว่า ในปี 2566 กลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัลมีจำนวนแรงงานมากที่สุด จำนวน 356,806 คน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562 รองลงมาเป็นกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ จำนวน 72,994 คน ซึ่งจำนวนแรงงานเพิ่มขึ้นแซงหน้ากลุ่มธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในปี 2565 และกลุ่มดิจิทัลคอนเทนต์ จำนวน 62,674 คน ซึ่งจำนวนแรงงานลดลงในปี 2564-2565 ก่อนกลับมาเพิ่มขึ้นในปี 2566

สำหรับการค้าบริการระหว่างประเทศของไทย สาขาบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ (telecommunications, computer, and information services) มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2562-2565 โดยในปี 2566 มีมูลค่า 1,450.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 1.22 ไทยส่งออกบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศไปยังโลก 463.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 17.92 ซึ่งมูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564 ภายหลังการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ไทยฟื้นฟูความสามารถในการผลิตได้มากขึ้น โดยประเทศที่ไทยส่งออกบริการดังกล่าวมากที่สุด 5 ประเทศแรก ได้แก่ (1) สหราชอาณาจักร (2) สิงคโปร์ (3) สหรัฐอเมริกา (4) จีน และ (5) ญี่ปุ่น และไทยนำเข้าบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศจากโลก 986.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 5.09 โดยการนำเข้าลดลงต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2564 จาก 1,210.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ ประเทศที่ไทยนำเข้าบริการดังกล่าวมากที่สุด 5 ประเทศแรก ได้แก่ (1) สิงคโปร์ (2) สหรัฐอเมริกา (3) ญี่ปุ่น (4) สหราชอาณาจักร และ (5) จีน⁵

² สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. เข้าถึงได้จาก https://www.depa.or.th/th/article-view/20240910_01

³ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

⁴ Dashboard สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เข้าถึงได้จาก <https://www.smebigdata.com/msme/>

⁵ TradeMap.org

ในปี 2566 รายได้รวมของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลมีมูลค่า 2,686,086.09 ล้านบาท และเมื่อพิจารณารายได้ตามกลุ่มธุรกิจพบว่า ในปี 2566 ธุรกิจบริการดิจิทัลมีรายได้รวมมากที่สุด 2,492,797.67 ล้านบาท รองลงมาคือธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ 108,585.98 ล้านบาท และธุรกิจซอฟต์แวร์ 84,702.44 ล้านบาท โดยในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2562-2566) ธุรกิจซอฟต์แวร์มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยของรายได้มากที่สุดคือร้อยละ 14.75 ต่อปี รองลงมาคือธุรกิจบริการดิจิทัลขยายตัวร้อยละ 0.04 ในขณะที่ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์หดตัวร้อยละ 1.82 และในช่วงปี 2562-2566 กลุ่มธุรกิจที่มีกำไรสุทธิเติบโตมากที่สุดคือ กลุ่มซอฟต์แวร์ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 18.85 ในขณะที่ธุรกิจบริการดิจิทัลมีกำไรลดลง ขณะที่ผลประกอบการของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ผันผวนโดยมีกำไรสุทธิในปี 2562 และปี 2564-2565 แต่ขาดทุนสุทธิในปี 2563 และปี 2566

จากข้อมูลการลงทุนในนิติบุคคลตามสัญชาติ ในช่วงปี 2562 - 2566 พบว่าสัดส่วนการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 60-70 ของการลงทุนในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลทั้งหมด โดยในปี 2566 มูลค่าการลงทุนรวมอยู่ที่ 1,347,469.82 ล้านบาท แบ่งเป็นสัดส่วนการลงทุนของนักลงทุนไทยร้อยละ 70.46 ต่อนักลงทุนต่างชาติร้อยละ 29.54 ซึ่งสัดส่วนของนักลงทุนไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563 กรณีศึกษาการกำกับดูแล/นโยบายการส่งเสริมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของต่างประเทศ

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลเป็นธุรกิจที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ซึ่งแต่ละประเทศมีกลไกในการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ และการคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างกัน รายงานฉบับนี้ศึกษาตัวอย่างการกำกับดูแล/ส่งเสริมของ 3 ประเทศ/กลุ่มประเทศที่เป็นผู้นำ/มีความโดดเด่น ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ซึ่งการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล ภาครัฐของทั้ง 3 ประเทศมีแนวทางและกลยุทธ์ร่วมกัน สรุปได้ ดังนี้ (1) การมีกฎหมายทั้งในด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการจัดการข้อมูลข้ามพรมแดน ควบคู่ไปกับกฎหมายการส่งเสริมให้เกิดการค้าที่เสรีและเป็นธรรมของทุกธุรกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ (2) การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กมีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล (3) การส่งเสริมระบบนิเวศที่ก่อให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมและการพัฒนาให้เกิดเศรษฐกิจดิจิทัล (4) การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในโลกออนไลน์ เช่น การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และ (5) การส่งเสริมการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการทั้งในด้านเงินทุนและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการส่งเสริมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

จากการศึกษาจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลในภาพรวม รวมถึงการวิเคราะห์เชิงลึกใน 3 อุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ (1) อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software) (2) อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) และ (3) อุตสาหกรรมบริการดิจิทัล (Digital Services) พบว่า แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลของไทยควรมุ่งเน้นไปที่ 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) **วางรากฐานนวัตกรรม:** เร่งเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล พร้อมผลักดันมาตรการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน (2) **ทุนหมุนเทคโนโลยี:** เพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการสนับสนุนทางการเงินได้อย่างทั่วถึง พร้อมทั้งดึงดูดการลงทุนจากทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อเร่งการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล (3) **เสริม IP ดิจิทัล:** สนับสนุนการเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาด้านดิจิทัลของคนไทย และพัฒนากลไกป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลงานของผู้ประกอบการไทย และ (4) **ขยายเข้าการค้าการลงทุน**: ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการไทยกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ ผ่านการจับคู่ธุรกิจและการสร้างเครือข่ายทางการค้า เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและขยายศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

1. วางรากฐานนวัตกรรม

- **การพัฒนา Digital Park Thailand** ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษที่มีความสำคัญในด้านธุรกิจดิจิทัลและนวัตกรรมใหม่ เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนในธุรกิจดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงอุตสาหกรรมดิจิทัลไทยและอาเซียน และการสร้างอุตสาหกรรมดิจิทัลใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ผลิต/ให้บริการซอฟต์แวร์ อาทิ Cloud Computing, Intelligent System, Pervasive Software, Cognitive Platform IoT Platform Machine Learning แอปพลิเคชัน และระบบดิจิทัลสมัยใหม่

- พัฒนาความเร็วแบนด์วิดท์อินเทอร์เน็ต และระบบเซิร์ฟเวอร์อินเทอร์เน็ตที่ปลอดภัย ตลอดจนพัฒนากฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อลดความเสี่ยงจากภัยทางไซเบอร์

2. ทุนหนุนเทคโนโลยี

- **เพิ่มมาตรการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล** โดยสนับสนุนให้ธุรกิจดิจิทัลเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นผ่านมาตรการต่างๆ เช่น การผ่อนปรนข้อกำหนดการเข้าถึงสินเชื่อเพื่อเทคโนโลยีและนวัตกรรม สำหรับสตาร์ทอัพธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ควบคู่ไปกับการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับนักลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัล

3. เสริม IP ดิจิทัล

- **เพิ่มมาตรการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์** โดยการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและเพิ่มบทลงโทษต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ รวมทั้งส่งเสริมการใช้ซอฟต์แวร์ที่ถูกลิขสิทธิ์ในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

4. ขยายเข้าการค้าการลงทุน

- ผลักดันกรอบความตกลง DEFA ของอาเซียนให้มีความสามารถในการแข่งขันและผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการลงทุนด้านดิจิทัลของภูมิภาคอาเซียน

(1) ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ (Software)

1. วางรากฐานนวัตกรรม

- **ปรับปรุงกฎหมายและสิทธิประโยชน์แรงงาน** ของบุคลากรด้านซอฟต์แวร์เพื่อส่งเสริมให้บริษัทของไทยสามารถดึงดูดผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรด้านเทคโนโลยีให้เข้ามาทำงานในไทยได้มากขึ้น เช่น แรงจูงใจด้านภาษีสำหรับบริษัทที่จ้างผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี

2. ทุนหนุนเทคโนโลยี

- สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ภายในประเทศ โดยสนับสนุนเงินทุนวิจัยและพัฒนา (R&D) ผ่านกองทุนสนับสนุนนวัตกรรมทางซอฟต์แวร์ รวมถึงมาตรการภาษีจูงใจสำหรับบริษัทที่ลงทุนด้านเทคโนโลยีซอฟต์แวร์ เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับต้นทุนการพัฒนาและค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับ R&D เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของบริษัทไทยในระดับสากล

3. เสริม IP ดิจิทัล

- ส่งเสริมการเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ประกอบการไทย โดยการยื่นจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เช่น เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์ แบบ Fast-track รวมทั้งอาจให้สิทธิพิเศษทางภาษี สำหรับธุรกิจที่พัฒนาซอฟต์แวร์ต้นแบบ เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของตัวเอง

- บังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ในระบบออนไลน์ โดยอาจอนุญาตให้ภาครัฐสามารถระงับเว็บไซต์ที่ให้บริการซอฟต์แวร์เถื่อน และกำหนดมาตรการแจ้งเตือนสำหรับแพลตฟอร์มที่มีการแชร์ลิงก์ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ รวมทั้งเพิ่มบทลงโทษที่เข้มงวดขึ้นสำหรับองค์กรที่ใช้ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ในองค์กร

- สนับสนุนให้องค์กรภาครัฐและเอกชนใช้ซอฟต์แวร์โอเพนซอร์ส⁶ เพื่อลดการพึ่งพาซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ และส่งเสริมการพัฒนาซอฟต์แวร์ไทยเพื่อเป็นทางเลือกทดแทนซอฟต์แวร์ต่างประเทศ

- สร้างความร่วมมือหรือทำข้อตกลงกับประเทศที่เป็นศูนย์กลางของซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อควบคุมการเผยแพร่ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ และสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการร่วมมือกับองค์การทรัพย์สินทางปัญญาแห่งโลก (WIPO)

4. ขยายเป้าการค้าการลงทุน

- ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทซอฟต์แวร์ ทั้งความร่วมมือระหว่างบริษัทไทยและต่างชาติ และความร่วมมือระหว่างบริษัทบริการซอฟต์แวร์และอุตสาหกรรมอื่นๆ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เพื่อให้ไทยสามารถเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานซอฟต์แวร์ระดับโลก ผ่านการพัฒนาโครงการ การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการเชื่อมโยงตลาดในระดับสากล

- การจัดงานแสดงผลงานซอฟต์แวร์ไทย เพื่อผลักดันการส่งออกธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ให้มากขึ้น และผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ แนวปฏิบัติที่ดี เพื่อให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลพร้อมยกระดับซอฟต์แวร์ไทยสู่ตลาดสากล

(2) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)

1. วางรากฐานนวัตกรรม

- ออกกฎหมายกำกับดูแลแรงงานอิสระ เช่น นักพัฒนาเกม นักสร้างคอนเทนต์ และศิลปินอิสระ เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม เช่น การเข้าถึงประกันสังคม สิทธิแรงงาน และมาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ประกอบอาชีพอิสระในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์

⁶ ซอฟต์แวร์โอเพนซอร์ส หมายถึง ซอฟต์แวร์ที่เผยแพร่โดยใช้ใบอนุญาตที่ผู้ถือครองลิขสิทธิ์อนุญาตให้ผู้มีสิทธิในการใช้ ศึกษา แก้ไข และแจกจ่าย

2. ทุนหมุนเทคโนโลยี

- จัดตั้งกองทุนสนับสนุนการผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันระดับนานาชาติ เช่น แอนิเมชัน เกม และ Immersive Content (AR/VR/MR) เพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิต และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับต่างชาติได้
- ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ และการร่วมทุน (Venture Capital) เพื่อขยายขีดความสามารถของผู้ผลิตคอนเทนต์ไทย รวมทั้งส่งเสริมการจับคู่ธุรกิจในธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

3. เสริม IP ดิจิทัล

- ส่งเสริมการสร้างสรรคผลงานดิจิทัลคอนเทนต์ที่ไทยเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา ในธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น แอนิเมชัน เกม และ Immersive Content (AR/VR) โดยมอบรางวัลให้แก่ผลงานสร้างสรรค์ต้นฉบับของไทย พร้อมทั้งจัดกองทุนเพื่อสนับสนุนการแปลและปรับคอนเทนต์ของไทยให้เป็นภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น เพื่อเพิ่มโอกาสขยายตลาด ควบคู่กับการผลักดันความร่วมมือกับแพลตฟอร์มระดับโลก เพื่อให้ผลงานไทยมีโอกาสเติบโตในระดับนานาชาติ

4. ขยายเป้าการค้าการลงทุน

- ส่งเสริมการสร้างดิจิทัลคอนเทนต์ที่สร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อต่อยอดการส่งเสริมซอฟต์แวร์ของไทย โดยสนับสนุนโครงการที่นำเสนอเอกลักษณ์ไทยผ่านแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับไทย ภาพยนตร์ แอนิเมชัน เกม และแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tourism) เพื่อส่งเสริมซอฟต์แวร์ไทยในระดับนานาชาติ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อดิจิทัล
- ผลักดันการส่งออกดิจิทัลคอนเทนต์ไทยให้เติบโตในตลาดต่างประเทศ โดยสร้างความร่วมมือกับบริษัทระดับนานาชาติ และสนับสนุนให้ผู้ผลิตคอนเทนต์ไทยเข้าถึงแพลตฟอร์มและเครือข่ายการจัดจำหน่ายในระดับสากล
- ส่งเสริมการจัดงานนิทรรศการ/เทศกาลด้านดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น การจัดงานแอนิเมชันโลก เพื่อประชาสัมพันธ์ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและยกระดับดิจิทัลคอนเทนต์ไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน และหนุนศักยภาพสู่เวทีระดับโลก

(3) ธุรกิจบริการดิจิทัล (Digital Services)

1. วางรากฐานนวัตกรรม

- พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านบริการดิจิทัล เช่น Cloud Computing AI Services และ Cybersecurity เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจบริการดิจิทัล โดยเร่งขยายผลการดำเนินการภายใน EEC ไปยังพื้นที่อื่นๆ
- ปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อรองรับอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล เช่น การกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์ รวมทั้งกฎหมายป้องกันการผูกขาดทางการค้าเพื่อเพิ่มการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล โดยส่งเสริมการเข้าถึงของผู้เล่นรายใหม่และลดอำนาจผูกขาดของแพลตฟอร์มขนาดใหญ่

- ลดอุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับ Cross-Border Data Flow เพื่อให้ธุรกิจสามารถให้บริการข้ามประเทศได้สะดวกขึ้น

2. ทูหนุนเทคโนโลยี

- ดึงดูดการลงทุนบริการคลาวด์จากต่างชาติ และกระตุ้นการใช้ Digital Services ในภาครัฐและภาคธุรกิจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและแข่งขันของธุรกิจบริการดิจิทัลมากขึ้น
- ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและเงินทุนสนับสนุน โดยเฉพาะการลดภาษีนำเข้าสำหรับอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจบริการดิจิทัล เช่น เซิร์ฟเวอร์ และอุปกรณ์ AI

3. เสริม IP ดิจิทัล

- เพิ่มมาตรการป้องกันและจัดการปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาบนแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงระบบแจ้งสนับสนุนการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในบริการดิจิทัลและเร่งรัดกระบวนการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาในบริการที่เกี่ยวข้องกับแพลตฟอร์มดิจิทัล Cloud Computing AI และบริการที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย พร้อมทั้งเพิ่มมาตรการในการป้องกันและจัดการกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ระบบแจ้งเตือนและการบังคับใช้กฎหมายที่มีประสิทธิภาพ

4. ขยายเป้าการค้าการลงทุน

- ขยายความร่วมมือด้านบริการดิจิทัลระหว่างไทยและต่างประเทศ ผ่านการสนับสนุนให้ธุรกิจไทยเข้าถึงโอกาสทางการค้าในระดับนานาชาติ
-

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	ก
1. นิยามธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล	1
2. ความสำคัญของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลต่อเศรษฐกิจไทย	3
3. สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลก	4
4. สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทย	9
5. วิเคราะห์สภาพธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล รายการกลุ่มธุรกิจ	19
6. ความตกลงการค้าระหว่างประเทศและพันธกรณีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดตลาดของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล ..	25
7. กรณีศึกษาการกำกับดูแล/นโยบายการส่งเสริมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของต่างประเทศ	28
8. การดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทย	38
9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล	46
บรรณานุกรม	54
ภาคผนวก นิติบุคคล รายได้ กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล.....	59

รายงานการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เรื่อง “ปลดล็อกโอกาสเติบโตธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทย”

1. นิยามธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดนิยามอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้มข้น (Digital Technology Intensive Industry) และเป็นอุตสาหกรรมแห่งอนาคตที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นของการพัฒนาภาคการผลิตและบริการอื่น ๆ ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งแบ่งประเภทอุตสาหกรรมดิจิทัลออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

(1) อุตสาหกรรมฮาร์ดแวร์ (Hardware) (2) อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software) (3) อุตสาหกรรมอุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Devices) (4) อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) (5) อุตสาหกรรมบริการดิจิทัล (Digital Services) และ (6) อุตสาหกรรมโทรคมนาคม (Telecommunication)

ในรายงานการศึกษา ฉบับนี้ จะพิจารณาศึกษาและจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ (1) ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ (Software) (2) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) และ (3) ธุรกิจบริการดิจิทัล (Digital Services) ซึ่งจะรวมเรียกว่า “ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล” ดังนี้

(1) ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ (Software) หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การผลิต การจำหน่าย และการให้บริการด้านซอฟต์แวร์ โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ ชุดคำสั่ง ระบบควบคุมสั่งการ ระบบตอบสนองต่อการใช้งานเฉพาะ ครอบคลุมประเภทธุรกิจ 4 ธุรกิจตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย (TSIC) ดังนี้

ที่	รหัส TSIC	กิจกรรม
1	58202	การจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (ยกเว้นซอฟต์แวร์เกมสำเร็จรูป)
2	58203	กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์สำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่
3	62011	กิจกรรมการจัดทำโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่ายตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้
4	62012	กิจกรรมการจัดทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ (ยกเว้นโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่าย)

(2) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและเผยแพร่จำหน่ายด้านเนื้อหาดิจิทัล แบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม ได้แก่ (2.1) สื่อวิดีโอออนไลน์ (2.2) สื่อแอนิเมชัน (2.3) สื่อการเรียนแบบอิเล็กทรอนิกส์ (2.4) เกม (2.5) สื่อเสียงแบบดิจิทัล (2.6) สื่อภาพและศิลปะ (2.7) สื่อข้อความและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (Text and e-Book) และ (2.8) คอนเทนต์เสมือนจริง (Immersive content) (เช่น Augmented Reality (AR) / Virtual Reality (VR) / Mixed Reality (MR)) ครอบคลุมประเภทธุรกิจ 26 ธุรกิจตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย (TSIC) ดังนี้

ที่	รหัส TSIC	กิจกรรม
1	18200	การผลิตซ้ำสื่อบันทึก
2	32409	การผลิตเกมและของเล่นอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
3	46432	การขายส่งสื่อบันทึกเสียงและวีดิทัศน์ที่บันทึกข้อมูลแล้ว
4	46434	การขายส่งเกม และของเล่น
5	47412	ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวีดิโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป
6	58113	การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่หนังสือออนไลน์
7	58114	กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำหนังสือเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่
8	58122	การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่ นามานุกรมและที่อยู่ทางไปรษณีย์ผ่านทางออนไลน์
9	58133	การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่หนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสารออนไลน์
10	58134	กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสารเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่
11	58192	การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่งานอื่น ๆ ผ่านทางออนไลน์
12	58193	กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำงานอื่น ๆ เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่
13	58201	การจัดทำซอฟต์แวร์เกมสำเร็จรูป
14	59111	กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์
15	59112	กิจกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์
16	59121	การบริการตัดต่อภาพและเสียง
17	59122	การบริการทำคอมพิวเตอร์กราฟิกแอนิเมชันและเทคนิคพิเศษ
18	59129	กิจกรรมหลังการผลิตภาพยนตร์ วีดิทัศน์ และรายการโทรทัศน์อื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
19	59131	กิจกรรมการเผยแพร่ภาพยนตร์ วีดิทัศน์ และรายการโทรทัศน์
20	59132	กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำภาพยนตร์วีดิทัศน์และรายการโทรทัศน์เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่
21	59140	กิจกรรมด้านการจัดฉายภาพยนตร์
22	59201	กิจกรรมการบันทึกเสียงลงบนสื่อ
23	59202	กิจกรรมการจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่ดนตรี
24	59203	กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำดนตรีเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่
25	63911	กิจกรรมสำนักข่าวสิ่งพิมพ์
26	63912	กิจกรรมสำนักข่าวสื่อสตรีมมิง

(3) **ธุรกิจบริการดิจิทัล (Digital Services)** หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางดิจิทัลทุกประเภท และการจำหน่ายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยเน้นการบริการหรือการออกแบบความคิดสร้างสรรค์ การให้คำปรึกษา และการบริการในลักษณะออนไลน์ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (3.1) การให้คำปรึกษาและบริการออกแบบ (3.2) บริการทางออนไลน์ เช่น การบริการผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ บริการประมวลผลผ่านเครือข่าย และ (3.3) การซ่อมและบำรุงรักษา เช่น บริการซ่อม แก๊ส และบำรุงรักษา ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยี ครอบคลุมประเภทธุรกิจ 28 ธุรกิจตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย (TSIC) ดังนี้

ที่	รหัส TSIC	กิจกรรม
1	18121	การบริการก่อนการพิมพ์
2	47620	การขายปลีกเครื่องบันทึกเสียงเพลงและเครื่องบันทึกวีดิทัศน์ในร้านค้าเฉพาะ
3	47911	การขายปลีกโดยการรับส่งสินค้าทางไปรษณีย์โทรทัศนวิทยุ และโทรศัพท์
4	47912	การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต
5	62021	กิจกรรมการให้คำปรึกษาทางด้านฮาร์ดแวร์
6	62022	กิจกรรมการให้คำปรึกษาทางด้านซอฟต์แวร์
7	62023	กิจกรรมการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านคอมพิวเตอร์
8	62090	กิจกรรมการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์อื่น ๆ
9	63111	กิจกรรมการบริหารจัดการและประมวลผลข้อมูล
10	63112	กิจกรรมการสร้างแม่ข่าย
11	63113	การบริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้า/บริการโดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
12	63120	เว็บท่า
13	63990	กิจกรรมบริการสารสนเทศอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
14	64191	ธนาคารพาณิชย์
15	64194	ธนาคารเฉพาะกิจ
16	64922	การให้สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค
17	64924	การให้สินเชื่อบัตรเครดิต
18	65110	การประกันชีวิต
19	65120	การประกันวินาศภัย
20	66221	กิจกรรมของตัวแทนและนายหน้าประกันชีวิต
21	66222	กิจกรรมของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย
22	66120	กิจกรรมตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
23	66121	กิจกรรมนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์
24	66192	กิจกรรมการประมวลผลและการเรียกชำระเงินสำหรับธุรกรรมทางการเงิน (e-payment)
25	95110	การซ่อมคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง
26	95120	การซ่อมอุปกรณ์สื่อสาร
27	95210	การซ่อมเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภค
28	95220	การซ่อมเครื่องใช้ในครัวเรือนและอุปกรณ์สำหรับบ้านและสวน

2. ความสำคัญของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลต่อเศรษฐกิจไทย

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทยเป็นธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสูงและสามารถสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจไทยได้เป็นอย่างมาก โดยธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่ตลาดโลกยังมีความต้องการสูงเนื่องจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ที่เกิดขึ้นในทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มุ่งสู่ดิจิทัลมากขึ้น การเติบโตของธุรกิจดังกล่าวจะสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและการจ้างงานในประเทศไทยจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม แม้ธุรกิจดังกล่าวจะสามารถก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างงานใหม่ รวมทั้งขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล แต่สัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จำนวนนิติบุคคลและจำนวนแรงงานในธุรกิจดังกล่าวยังมีไม่มาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ โดยในปี 2566 GDP ในสาขาบริการข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (Information and Communication) ซึ่งเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทยมีมูลค่า 506,195 ล้านบาท (ณ ราคาปัจจุบัน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.82 ของ GDP ทั้งหมดของไทย และร้อยละ 4.63 ของ GDP ภาคบริการของไทย⁷ จำนวนนิติบุคคลของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทยที่ดำเนินการอยู่มี 33,482 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.78 ของจำนวนนิติบุคคลทั้งหมด⁸ และมีจำนวนแรงงาน 492,474 คน คิดเป็นร้อยละ 2.68 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด⁹

ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า เมื่อแบ่งกลุ่มธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลออกเป็น 3 กลุ่ม ธุรกิจบริการดิจิทัลมีมูลค่ามากที่สุด 307,630 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 9.28 เมื่อเทียบกับปี 2565) ตามด้วยธุรกิจซอฟต์แวร์มีมูลค่า 215,191 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 12.80 เมื่อเทียบกับปี 2565) และธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์มีมูลค่า 44,236 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 0.01 เมื่อเทียบกับปี 2565) นอกจากนี้ คาดว่าในอีก 3 ปี ข้างหน้า กลุ่มธุรกิจทั้ง 3 กลุ่มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3. สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลก

3.1 สถานการณ์ของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลก

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลกในปัจจุบันมีแนวโน้มเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2566 มูลค่าการใช้จ่ายด้านธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ (IT Service) ของโลก เติบโตร้อยละ 3.8 จากปีก่อนหน้า คิดเป็นมูลค่ารวม 4.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยกลุ่มซอฟต์แวร์และกลุ่มบริการ IT เติบโตสูงสุดที่ร้อยละ 11.5 และ 4.9 ตามลำดับ และในปี 2567 คาดว่า การใช้จ่ายด้าน IT Service จะมีมูลค่า 5.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 7.5¹⁰ โดยมีปัจจัยผลักดันให้ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลกเติบโตได้แก่ (1) การเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล โดยองค์กรต่าง ๆ ได้ปรับเปลี่ยนไปสู่ระบบดิจิทัล เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (2) การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การเรียนรู้ของเครื่องจักร (Machine Learning) การใช้คลาวด์ (Cloud) และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) (3) การใช้มือถือสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตในการเข้าถึงบริการต่าง ๆ และ (4) แนวโน้มของการให้ความสำคัญเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการป้องกันภัยไซเบอร์ที่ทำให้มีการพัฒนาบริการซอฟต์แวร์ที่มุ่งเน้นด้านความปลอดภัยมากขึ้น

⁷ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สืบค้นข้อมูล ณ วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2568

⁸ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

⁹ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

¹⁰ บริษัทการ์ทเนอร์ บริษัทวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศชั้นนำของโลก “Gartner Forecasts Worldwide IT Spending to Grow 7.5% in 2024”, เข้าถึงได้จาก <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2024-07-16-gartner-forecasts-worldwide-it-spending-to-grow-7-point-5-percent-in-2024>

ตารางที่ 1 ค่าใช้จ่าย IT Service ของโลก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

	ค่าใช้จ่ายปี 2566	การเติบโตปี 2566 (%)	ค่าใช้จ่ายปี 2567	การเติบโตปี 2567 (%)
ระบบศูนย์ข้อมูล	236,098	4.0	293,091	24.1
อุปกรณ์	692,784	-6.5	730,125	5.4
ซอฟต์แวร์	974,089	11.5	1,096,913	12.6
บริการ IT	1,503,698	4.9	1,609,846	7.1
บริการการสื่อสาร	1,491,733	3.2	1,537,188	3.0
ภาพรวม IT	4,898,401	3.8	5,267,163	7.5

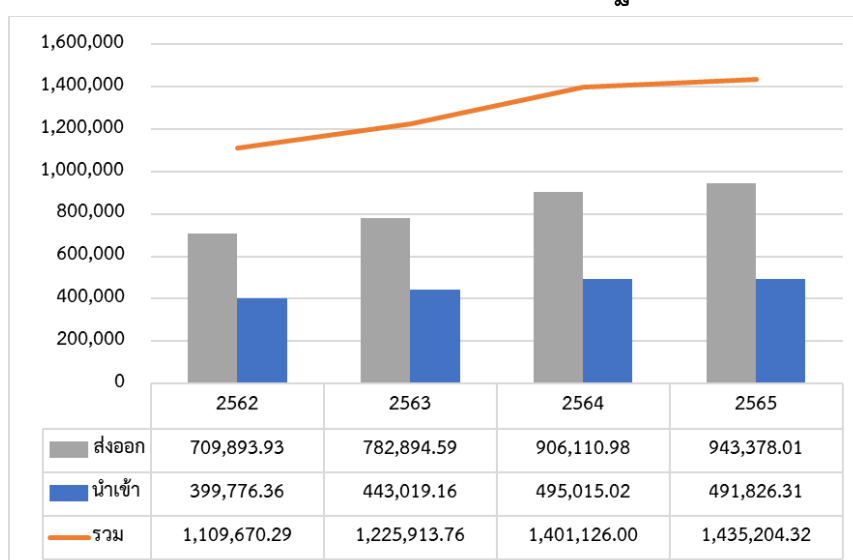
ที่มา: Gartner (กรกฎาคม 2567)

3.2 การค้าบริการระหว่างประเทศของโลก สาขาบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ

การค้าบริการระหว่างประเทศของโลก สาขาบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ (telecommunications, computer, and information services) มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี 2562-2565 โดยในปี 2565 มีมูลค่า 1.43 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.98 ของการค้าบริการทั้งหมดของโลก และเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 2.43 โดยเป็นการส่งออก 943,378.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการนำเข้า 491,826.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

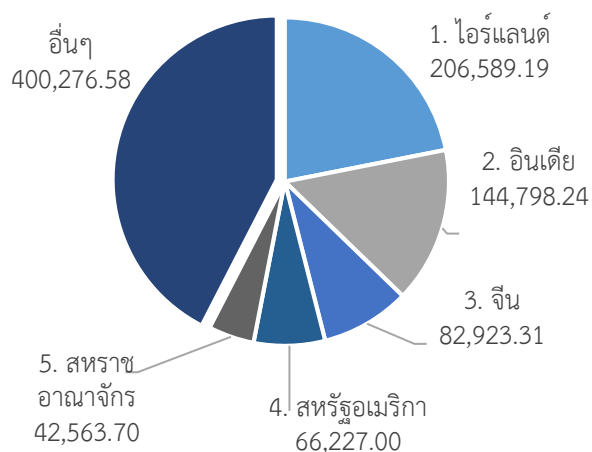
สำหรับในปี 2566 ข้อมูลเบื้องต้นจากฐานข้อมูล Trademap¹¹ พบว่า การค้าบริการระหว่างประเทศของโลกในสาขาดังกล่าว มีมูลค่า 533,900.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นการส่งออกมูลค่า 341,240.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการนำเข้า 192,660.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

รูปที่ 1 มูลค่าการค้าบริการระหว่างประเทศของโลก สาขาบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ ปี 2562-2565 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



¹¹ Trademap.org (ข้อมูลปี 2566 ยังไม่ครบทุกประเทศ)

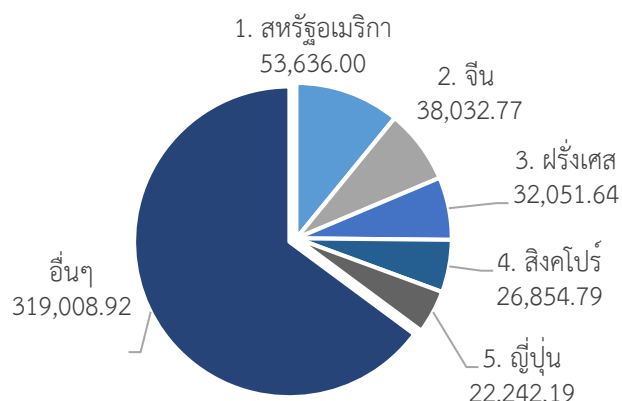
**รูปที่ 2 ประเทศที่ส่งออกบริการโทรคมนาคม
คอมพิวเตอร์และสารสนเทศ
มากที่สุด 5 อันดับแรกของโลก ปี 2565
(ล้านดอลลาร์สหรัฐ)**



ในปี 2565 ประเทศที่ส่งออกบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศมากที่สุด ได้แก่ (1) ไอร์แลนด์ (สัดส่วนร้อยละ 21.90 ของการส่งออกบริการสาขาดังกล่าวทั้งหมดในโลก) (2) อินเดีย (ร้อยละ 15.35) (3) จีน (ร้อยละ 8.79) (4) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 7.02) และ (5) สหราชอาณาจักร (ร้อยละ 4.51) โดยไทยส่งออกเป็นอันดับที่ 76 มูลค่า 393.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.04)

ในปี 2566 ประเทศที่ส่งออกบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศมากที่สุด ได้แก่ (1) อินเดีย (สัดส่วนร้อยละ 47.65 ของการส่งออกบริการสาขาดังกล่าวทั้งหมด) (2) ฝรั่งเศส (ร้อยละ 8.06) (3) สิงคโปร์ (ร้อยละ 7.52) (4) สวีเดน (ร้อยละ 6.44) (5) เยอรมนี (ร้อยละ 4.99) โดยไทยมีการส่งออกสาขาบริการข้อมูลเป็นอันดับที่ 32 ของโลก มูลค่า 463.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.14)

**รูปที่ 3 ประเทศที่นำเข้าบริการโทรคมนาคม
คอมพิวเตอร์และสารสนเทศ
มากที่สุด 5 อันดับแรกของโลก ปี 2565
(ล้านดอลลาร์สหรัฐ)**



ในปี 2565 ประเทศที่มีการนำเข้าบริการข้อมูล ข่าวสารและการสื่อสารมากที่สุด ในปี 2565 ประเทศที่นำเข้าบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศมากที่สุด ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา (สัดส่วนร้อยละ 10.91 ของการนำเข้าบริการสาขาดังกล่าวทั้งหมดในโลก) (2) จีน (ร้อยละ 7.73) (3) ฝรั่งเศส (ร้อยละ 6.52) (4) สิงคโปร์ (ร้อยละ 5.46) (5) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 4.52) โดยไทยนำเข้าบริการดังกล่าวเป็นอันดับที่ 50 ของโลก มูลค่า 1,039.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.21)

ในปี 2566 ประเทศที่มีการนำเข้าบริการข้อมูล ข่าวสารและการสื่อสารมากที่สุด ได้แก่ (1) ฝรั่งเศส (สัดส่วนร้อยละ 17.80 ของการนำเข้าบริการสาขาดังกล่าวทั้งหมด) (2) สิงคโปร์ (ร้อยละ 13.89) (3) อินเดีย (ร้อยละ 11.33) (4) อิตาลี (ร้อยละ 8.48) (5) เยอรมนี (ร้อยละ 8.45) โดยไทยนำเข้าบริการข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารเป็นอันดับที่ 20 ของโลก มูลค่า 986.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.51)

3.3 แนวโน้มของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลก

ภาพรวมแนวโน้มของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลกมีแนวโน้มเติบโต โดยตลาด IT Services ของโลก ในปี 2566 มีมูลค่า 1.30 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตถึง 1.51 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 อีกทั้งคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 5.58 ในช่วงปี 2568 – 2572 ส่งผลให้ในปี 2572 มูลค่าตลาดอาจสูงถึง 1.88 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเปรียบเทียบกับตลาด IT Services ทั่วโลก พบว่า สหรัฐอเมริกา เป็นผู้นำอันดับต้น ๆ ของโลกในตลาด IT Services เนื่องจากการเป็นผู้ริเริ่มพัฒนาการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล¹² โดยคาดว่า สหรัฐอเมริกาจะสร้างรายได้ในตลาด IT Services ได้สูงที่สุดในโลก โดยมีรายได้สูงถึง 0.55 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568

สำหรับตลาดซอฟต์แวร์ของโลก ในปี 2566 มีมูลค่า 659,010 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 48,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐจากปี 2565 หรือเติบโตร้อยละ 8.01 เนื่องจากการลงทุนในเรื่องเทคโนโลยีคลาวด์ AI และ เทคโนโลยีด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก โดยคาดว่าในปี 2567 และ 2568 จะมีมูลค่า 702,040 และ 740,890 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ นอกจากนี้คาดว่าจะในช่วงปี 2568 – 2572 มูลค่าตลาดจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 4.87 จนมีมูลค่า 896,170 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2572¹³

ตลาดดิจิทัลคอนเทนต์โลก ในปี 2566 มีมูลค่า 4,216.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 13.4 ในช่วงปี 2566-2576 ซึ่งจะส่งผลให้มีมูลค่า 14,871.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2576¹⁴

3.4 ปัจจัยสนับสนุนและความท้าทายของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลก

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลกมีแนวโน้มเติบโต โดยมีปัจจัยสนับสนุน อาทิ

- **การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้คนสู่การใช้ชีวิตวิถีใหม่ (New normal)** การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เกิดการปรับตัวสู่ธุรกิจออนไลน์มากขึ้น โดยในปี 2563 ผู้ประกอบการที่ปรับธุรกิจให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 55 จากร้อยละ 35 ในปีก่อนหน้านี้¹⁵ และมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น แอปพลิเคชันทางธุรกิจ การศึกษา การเงิน การแพทย์ สุขภาพ และร้านค้าออนไลน์ เพิ่มขึ้นอย่างมากทั้งในระหว่างและหลังการระบาดของโควิด-19¹⁶ นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และมีทักษะความเข้าใจและความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (digital literacy) เพิ่มขึ้น

- **การพัฒนาของเทคโนโลยี** เช่น ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์อัจฉริยะ (Hardware & Smart Devices) และเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ส่งเสริมการเข้าสู่ยุคดิจิทัล¹⁷ ผลักดันให้เกิดการพัฒนาของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

¹² Statista. “IT Services – Worldwide” เข้าถึงได้จาก <https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/worldwide>

¹³ Statista. “Revenue of the software market worldwide from 2020 to 2029”, เข้าถึงได้จาก <https://www.statista.com/forecasts/963597/software-revenue-in-the-world>

¹⁴ Future Market Insights. “Digital Content Creator Market Insights” เข้าถึงได้จาก <https://www.futuremarketinsights.com/reports/digital-content-creator-market>

¹⁵ Taned Mahattanalai, “แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ “, เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/digital-software/io/io-digital-software-2023-2025>

¹⁶ World Bank Group, “DIGITAL PROGRESS AND TRENDS REPORT 2023”

¹⁷ The Story Thailand, “เป็ดมูมมอ แนวโน้มอุตสาหกรรมดิจิทัลทั่วโลก และโอกาสของประเทศไทยสู่การเป็น Digital Hub”, เข้าถึงได้จาก <https://www.thestorythailand.com/12/09/2024/137236/>

- **การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล** ทำให้เกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงเทคโนโลยี โดยเฉพาะการเข้าถึงข้อมูลและบริการออนไลน์ผ่านอุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน โดยในช่วงต้นปี 2567 พบว่า มีจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือ 5,610 ล้านคน และข้อมูลล่าสุดพบว่าจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือคิดเป็นร้อยละ 69.4 ของประชากรโลก เพิ่มขึ้น 138 ล้านคนหรือร้อยละ 2.5 จากปี 2566¹⁸

- **นโยบายการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลของภาครัฐในประเทศต่างๆ ทั่วโลก** ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาของภาคธุรกิจ เช่น การสนับสนุนเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล และการพัฒนาของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล

อย่างไรก็ดี ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลโลกยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ อาทิ

- **มาตรการและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจซอฟต์แวร์และดิจิทัล** ในด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูล ระบบชำระเงิน และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในแต่ละประเทศ ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญที่ส่งต่อการส่งออกธุรกิจบริการดิจิทัล เช่น กฎหมายการปกป้องความเป็นส่วนตัวเพื่อช่วยป้องกันการรั่วไหลข้อมูลผู้บริโภคโดยมิชอบจากองค์กร¹⁹ กฎหมายและมาตรการจำกัดการถ่ายโอนข้อมูลข้ามพรมแดน โดยกำหนดให้จัดเก็บหรือประมวลผลภายในประเทศ และการปิดกั้นทางภูมิศาสตร์ซึ่งจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาอินเทอร์เน็ตตามตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ของผู้ใช้²⁰

- **ภาคธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น** จากการปรับตัวเพื่อรองรับต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค และต้องปรับตัวเพื่อป้องกันการถูกแทนที่โดยผู้เล่นใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีที่ตอบสนองได้ดีกว่า²¹

- **การแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นจากความหลากหลายของช่องทางจำหน่ายและตัวเลือกสินค้าที่มากขึ้น** ส่งผลให้ราคาสินค้าลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เฉลี่ยที่ร้อยละ 0.1 ต่อปี รวมทั้งการเข้าร่วมของผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน²² อีกทั้งผู้เล่นรายใหญ่ที่มีความพร้อมมากกว่าอาจเข้ามาครอบครองส่วนแบ่งตลาดและจำกัดโอกาสการเติบโตของผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งมีข้อจำกัดด้านเงินทุนในการแข่งขัน

¹⁸ DataReportal, Digital 2024: Global Overview Report, เข้าถึงได้จาก <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

¹⁹ Wang et al., “Barriers to Digital Services Trade and Export Efficiency of Digital Services”, เข้าถึงได้จาก <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/17/7517>

²⁰ ESCAP, Digital trade integration in preferential trade agreements, เข้าถึงได้จาก file:///C:/Users/Chalidap/Downloads/ESCAP-2020-WP-Digital-trade-integration-in-preferential-trade-agreements.pdf

²¹ Timeconsulting, “Digital Disruption คืออะไร ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ?”, เข้าถึงได้จาก <https://www.timeconsulting.co.th/what-is-digital-disruption>

²² ธนาคารแห่งประเทศไทย, “ผลกระทบจากธุรกิจ e-commerce ต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น”, เข้าถึงได้จาก

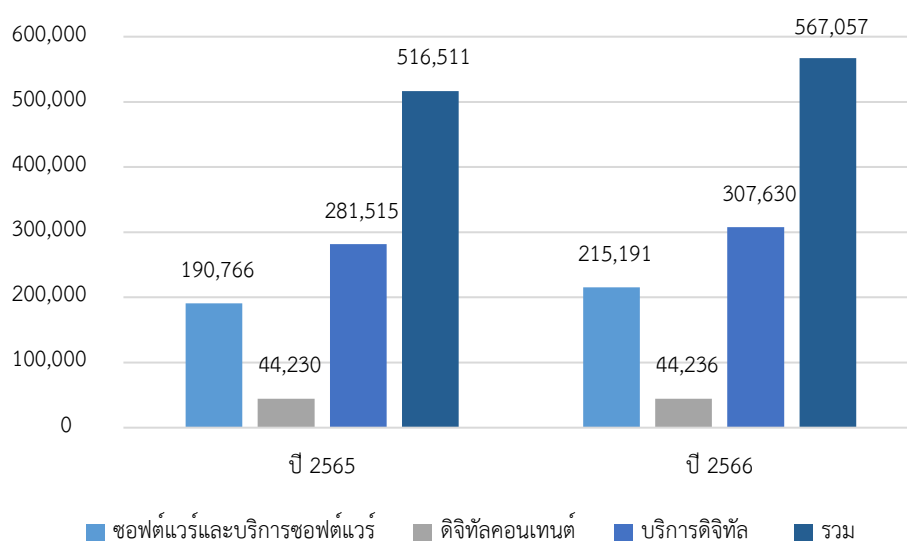
https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/research/discussion-paper-and-policy-paper/ECommerce_paper.pdf

4. สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทย

4.1 ภาพรวมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทย

มูลค่าธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทยโดยรวมขยายตัวอย่างต่อเนื่อง²³ ในปี 2566 ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทยมีมูลค่า 567,057 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 9.79 ประกอบด้วย **ธุรกิจซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์**มีมูลค่า 215,191 ล้านบาท กลุ่มธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ขยายตัวสูงสุดในกลุ่มธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล โดยขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 12.80 ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์มีมูลค่า 44,236 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 0.01 และธุรกิจบริการดิจิทัลมีมูลค่า 307,630 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 9.28

รูปที่ 4 มูลค่าธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทยปี 2565-2566 แบ่งตามกลุ่มธุรกิจ (ล้านบาท)



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

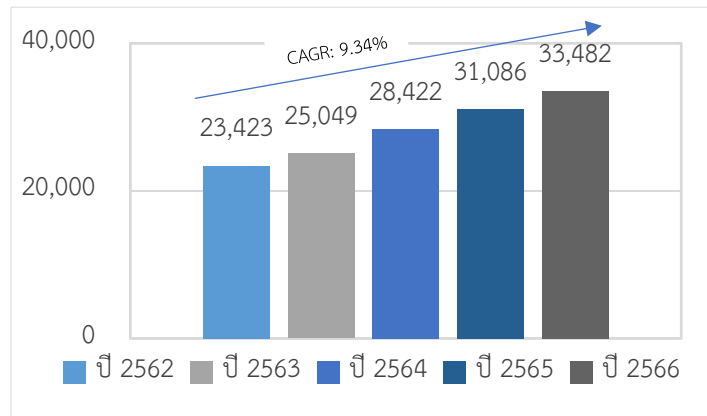
ในช่วงปี 2562 - 2566 จำนวนนิติบุคคลในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง²⁴ โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate: CAGR) ร้อยละ 9.34 ต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับมูลค่าการเติบโตของธุรกิจดังกล่าวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 มีจำนวนนิติบุคคลในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลที่ดำเนินกิจการจำนวน 33,482 ราย ส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก (Size S) จำนวน 32,091 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96 ของนิติบุคคลในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลที่ดำเนินกิจการทั้งหมด นิติบุคคลขนาดกลาง (Size M) จำนวน 1,013 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 และนิติบุคคลขนาดใหญ่ (Size L)²⁵ จำนวน 378 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1 ทั้งนี้ ในปี 2566 มีจำนวนนิติบุคคลจัดตั้งกิจการใหม่ 3,231 ราย และเลิกกิจการ 1,229 ราย

²³ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. เข้าถึงได้จาก https://www.depa.or.th/th/article-view/20240910_01

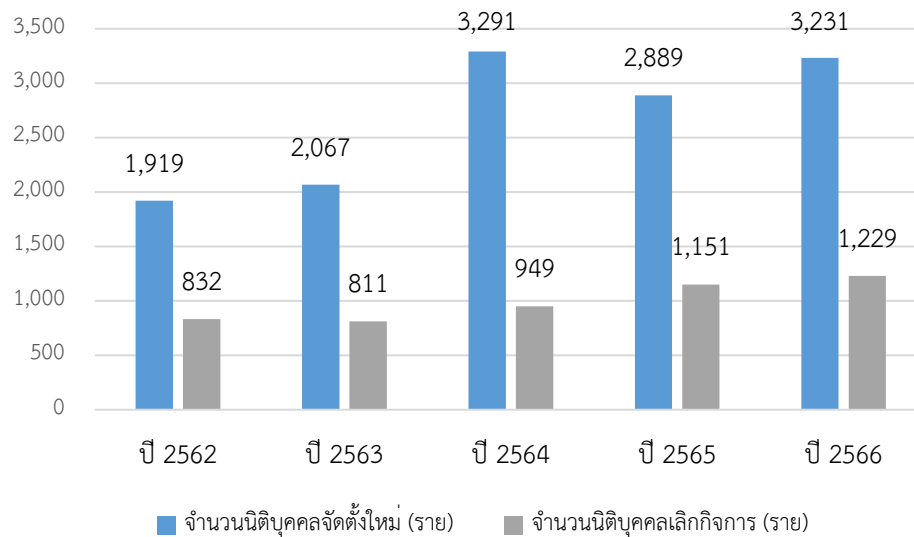
²⁴ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

²⁵ กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก (S) หมายถึงกลุ่มธุรกิจบริการที่มีรายได้รวมไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 30 คน
กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง (M) หมายถึงกลุ่มธุรกิจบริการที่มีรายได้รวมไม่เกิน 50-300 ล้านบาท หรือมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 30-100
กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ (L) หมายถึงกลุ่มธุรกิจบริการที่มีรายได้รวมไม่เกิน 300 ล้านบาท หรือมีจำนวนการจ้างงานเกิน 100 คน

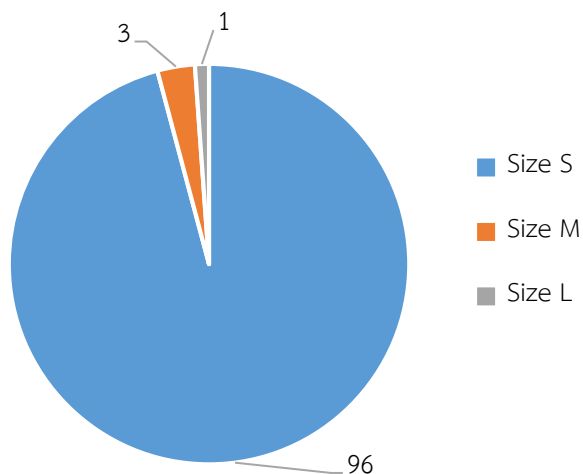
รูปที่ 5 จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ (ราย)



รูปที่ 6 จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่-เลิกกิจการ ปี 2562-2566 (ราย)

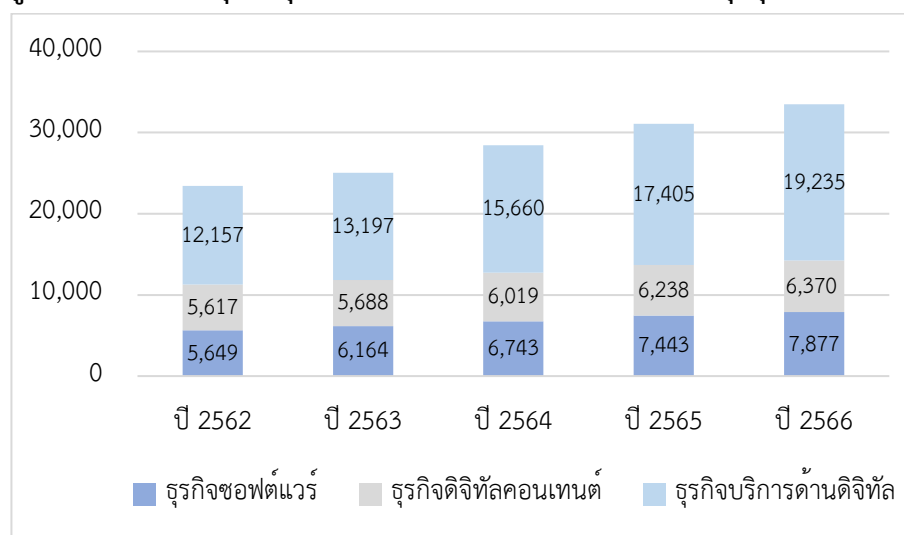


รูปที่ 7 สัดส่วนนิติบุคคลในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล แบ่งตามขนาดธุรกิจ ปี 2566



ในปี 2566 ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด คือ นิติบุคคลกลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัลมีจำนวน 19,235 ราย รองลงมาเป็นนิติบุคคลกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์มีจำนวน 7,877 ราย และนิติบุคคลกลุ่มดิจิทัลคอนเทนต์มีจำนวน 6,370 ราย สอดคล้องกับอัตราการเติบโต CAGR ในช่วงปี 2562-2566 ที่ธุรกิจบริการด้านดิจิทัลขยายตัวมากที่สุดที่ร้อยละ 9.61 ธุรกิจซอฟต์แวร์ขยายตัว ร้อยละ 8.67 และธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ขยายตัวร้อยละ 3.20

รูปที่ 8 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล ตามกลุ่มธุรกิจ (ราย)



แรงงานในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล²⁶ในปี 2566 มีจำนวนทั้งหมด 492,474 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 4.0 โดยแรงงานในธุรกิจซอฟต์แวร์และดิจิทัลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากแบ่งตามกลุ่มธุรกิจจะพบว่า ในปี 2566 กลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัลมีจำนวนแรงงานมากที่สุด จำนวน 356,806 คน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562 รองลงมาเป็นกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ จำนวน 72,994 คน ซึ่งจำนวนแรงงานเพิ่มขึ้นแซงหน้ากลุ่มธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในปี 2565 และกลุ่มดิจิทัลคอนเทนต์ จำนวน 62,674 คน ซึ่งจำนวนแรงงานลดลงในปี 2564-2565 ก่อนกลับมาเพิ่มขึ้นในปี 2566

ตารางที่ 2 แรงงานในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล แยกตามกลุ่มธุรกิจ ปี 2564-2566

	จำนวนแรงงาน (คน)				อัตรา การเปลี่ยนแปลง (%)
	ซอฟต์แวร์	ดิจิทัลคอนเทนต์	บริการดิจิทัล	รวม	
ปี 2562	48,782	60,982	277,144	386,908	1.76
ปี 2563	55,538	63,447	291,908	410,893	6.20
ปี 2564	56,469	62,329	329,454	448,252	9.09
ปี 2565	68,065	60,321	345,133	473,519	5.64
ปี 2566	72,994	62,674	356,806	492,474	4.00

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

²⁶ Dashboard สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เข้าถึงได้จาก <https://www.smebigdata.com/msme/>

4.2 การส่งออกและนำเข้าบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทย

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลให้ข้อมูลการส่งออกธุรกิจซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ของไทยไปยังโลกในปี 2566 มีมูลค่าการส่งออกรวม 2,413 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 1.63 จากปี 2565 และมีมูลค่าการนำเข้าจากโลก 53,312 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.55 จากปี 2565 โดยการส่งออกซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ที่ลดลงของไทยเป็นผลมาจากความต้องการใช้ในประเทศที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับการใช้เทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้นของประชากรไทย

การส่งออกและนำเข้าสินค้าและบริการธุรกิจดิจิทัล จากข้อมูลสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คาดการณ์มูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการอุตสาหกรรมดิจิทัลในปี 2567 ขยายตัวร้อยละ 17.2 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัวร้อยละ 5.1 สอดคล้องกับทิศทางการส่งออกสินค้าและบริการของประเทศที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 6.1 จากเดิมที่ขยายตัวร้อยละ 2.1 ในขณะที่การนำเข้าสินค้าและบริการดิจิทัลขยายตัวร้อยละ 9.0 เพิ่มขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 3.0 ในปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศไทยยังคงพึ่งพาสินค้าดิจิทัลทั้งที่เป็นสินค้าวัตถุดิบและสินค้าขั้นสุดท้าย ตลอดจนสื่อดิจิทัลคอนเทนต์จากต่างประเทศ จึงทำให้เมื่อการส่งออกสินค้าขยายตัวจะทำให้การนำเข้าเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน โดยการส่งออกบริการดิจิทัลที่ขยายตัวสูง เช่น บริการดิจิทัลที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านการท่องเที่ยว อาทิ การบริการจองผ่านระบบออนไลน์ (Online Travel Agency: OTA)²⁷ ซึ่งสอดคล้องกับการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวไทยที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2566 มีมูลค่า 2.2 ล้านล้านบาท²⁸

สำหรับการค้าบริการระหว่างประเทศของไทย สาขาบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ (telecommunications, computer, and information services) มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2562-2565 โดยในปี 2566 มีมูลค่า 1,450.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 1.22 ไทยส่งออกบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศไปทั่วโลก 463.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 17.92 ซึ่งไทยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ ปี 2564 ภายหลังการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ไทยฟื้นฟูความสามารถในการผลิตได้มากขึ้น โดยประเทศที่ไทยส่งออกบริการดังกล่าวมากที่สุด 5 ประเทศแรก ได้แก่ (1) สหราชอาณาจักร (2) สิงคโปร์ (3) สหรัฐอเมริกา (4) จีน และ (5) ญี่ปุ่น และไทยนำเข้าบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศจากโลก 986.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 5.09 โดยการนำเข้าลดลงต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2564 จาก 1,210.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ ประเทศที่ไทยนำเข้าบริการดังกล่าวมากที่สุด 5 ประเทศแรก ได้แก่ (1) สิงคโปร์ (2) สหรัฐอเมริกา (3) ญี่ปุ่น (4) สหราชอาณาจักร และ (5) จีน²⁹

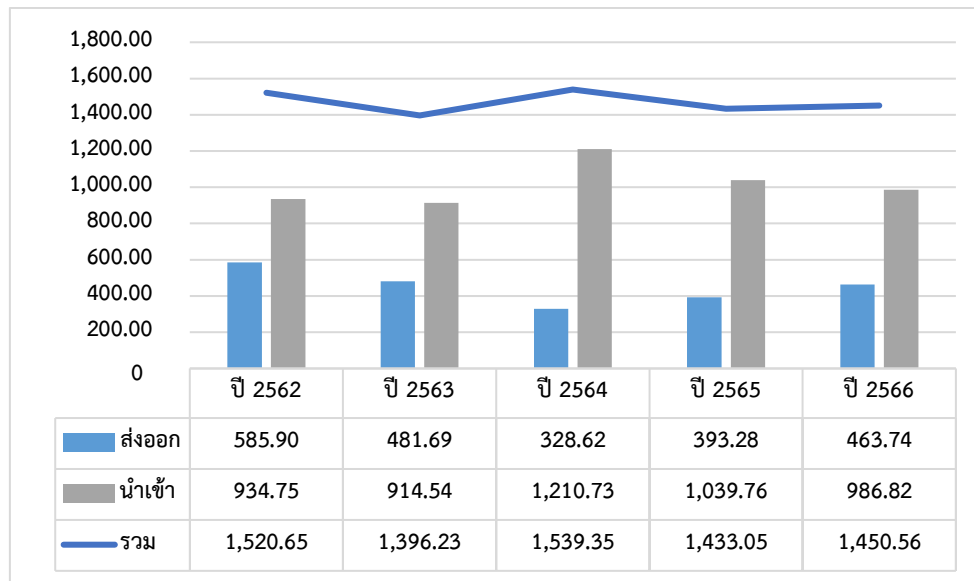
²⁷ สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ . “ BDE เผยตัวเลขเศรษฐกิจดิจิทัล ปี 2567 ขยายตัว 5.7% คิดเป็น 2.2 เท่า ของ GDP โดยรวม มูลค่ารวม 4.44 ล้านบาท สะท้อนเศรษฐกิจไทยขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล”

²⁸ ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. “ttb analytics มองรายได้การท่องเที่ยวปี 2567 ฟื้นตัวเกือบสมบูรณ์มากกว่า 90% ที่ 2.75 ล้านล้านบาท” เข้าถึงได้จาก

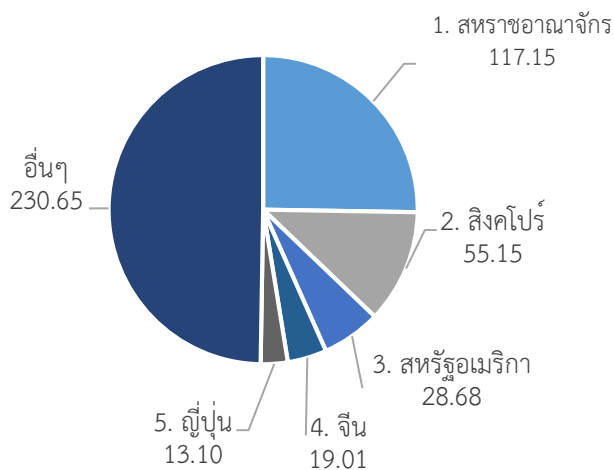
<https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/ttba-tourism-income-2024>

²⁹ TradeMap.org

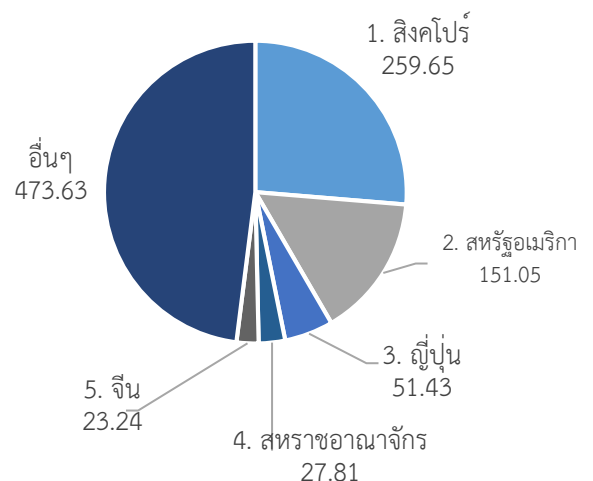
รูปที่ 9 มูลค่าการค้าบริการระหว่างประเทศของไทย สาขาบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ
ปี 2562-2565 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



รูปที่ 10 การส่งออกบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศข้อมูลข่าวสาร 5 อันดับแรกของไทย ปี 2566
(ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



รูปที่ 11 การนำเข้าบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศข้อมูลข่าวสาร 5 อันดับแรกของไทย ปี 2566
(ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



สำหรับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลของไทย ปี 2567 (World Digital Competitiveness Ranking) สถาบัน International Institute for Management Development (IMD) จัดให้ไทยอยู่ที่อันดับ 37 ลดลง 2 อันดับจากปี 2566 เนื่องจากปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ปรับอันดับลง 8 อันดับจากปี 2566 โดยทั้งสามปัจจัยย่อย ได้แก่ (1) ด้านกรอบกฎหมาย (ตัวชี้วัดที่อันดับลดลงและไทยยังได้คะแนนน้อย อาทิ กฎหมายตรวจคนเข้าเมือง สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายเกี่ยวกับการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ นโยบายปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ถูกบังคับใช้เป็นกฎหมาย) (2) ด้านความพร้อมของเงินทุน (ตัวชี้วัดที่ลดลง ได้แก่ เงินทุนสำหรับการพัฒนาเทคโนโลยี การลงทุนในธุรกิจโทรคมนาคม เงินทุนร่วมลงทุน (Venture Capital - VC) และ (3) ด้านโครงสร้างด้านเทคโนโลยี (ตัวชี้วัดที่อันดับลดลงและต่ำ อาทิ การส่งออกสินค้าเทคโนโลยีขั้นสูง ความเร็วแบนด์วิดท์อินเทอร์เน็ต เซิร์ฟเวอร์อินเทอร์เน็ตที่ปลอดภัย) มีอันดับต่ำและลดลง นอกจากนี้ ในด้านความพร้อมสำหรับอนาคต ไทยควรเร่งพัฒนาระดับการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์

ทั้งนี้ รายงานการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัล ประจำปี 2567³⁰ ของ 67 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ประเมินใน 3 ด้านคือ ความรู้ เทคโนโลยี และความพร้อมสำหรับอนาคต เพื่อเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่สะท้อนถึงศักยภาพในการพัฒนาบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ทักษะบุคลากร การสนับสนุนจากภาครัฐ และโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งประเทศที่ได้รับการจัดอันดับสูง แสดงถึงโอกาสในการเกิดการพัฒนาเทคโนโลยีที่แข็งแกร่งและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดียิ่งขึ้น โดยพบว่าประเทศ/เขตเศรษฐกิจที่มีอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลสูงที่สุด 10 อันดับแรกในปี 2567 ได้แก่ (1) สิงคโปร์ (2) สวิตเซอร์แลนด์ (3) เดนมาร์ก (4) สหรัฐอเมริกา (5) สวีเดน (6) เกาหลีใต้ (7) ฮังการี (8) เนเธอร์แลนด์ (9) ไต้หวัน (10) นอร์เวย์

4.3 สถานการณ์รายได้รวม และกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

ในปี 2566 รายได้รวมของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลมีมูลค่า 2,686,086.09 ล้านบาท และเมื่อพิจารณารายได้ตามกลุ่มธุรกิจพบว่า ในปี 2566 ธุรกิจบริการดิจิทัลมีรายได้รวมมากที่สุด 2,492,797.67 ล้านบาท รองลงมาคือธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ 108,585.98 ล้านบาท และธุรกิจซอฟต์แวร์ 84,702.44 ล้านบาท โดยในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2562-2566) ธุรกิจซอฟต์แวร์มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้สูงที่สุดร้อยละ 14.75 รองลงมาคือธุรกิจบริการดิจิทัลขยายตัวร้อยละ 0.04 ในขณะที่ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์หดตัวร้อยละ 1.82

ในช่วงปี 2562-2566 กลุ่มธุรกิจที่มีกำไรสุทธิเติบโตมากที่สุดคือ กลุ่มซอฟต์แวร์ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 18.85 ในขณะที่ธุรกิจบริการดิจิทัลมีกำไรลดลง ขณะที่ผลประกอบการของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ผันผวน โดยมีกำไรสุทธิในปี 2562 และปี 2564-2565 แต่ขาดทุนสุทธิในปี 2563 และ ปี 2566

ตารางที่ 3 รายได้ ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ล้านบาท)

	ซอฟต์แวร์	ดิจิทัลคอนเทนต์	บริการดิจิทัล
ปี 2562	48,854.38	116,867.14	2,095,228.01
ปี 2563	52,547.24	90,525.47	1,915,336.73
ปี 2564	64,086.16	90,460.56	2,078,169.13

³⁰ IMD World Digital Competitiveness Ranking 2024 World Competitiveness Center The digital divide: risks and opportunities เข้าถึงได้จาก <https://imd.widen.net/s/xvhldkrkw/20241111-wcc-digital-report-2024-wip>

	ซอฟต์แวร์	ดิจิทัลคอนเทนต์	บริการดิจิทัล
ปี 2565	76,474.34	111,156.67	2,245,856.69
ปี 2566	84,702.44	108,585.98	2,492,797.67
CAGR (62-66)	14.75%	-1.82%	0.04%

ตารางที่ 4 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ล้านบาท)

	ซอฟต์แวร์	ดิจิทัลคอนเทนต์	บริการดิจิทัล
ปี 2562	1,208.71	3,417.92	317,524.32
ปี 2563	1,547.16	-2,956.57	195,074.68
ปี 2564	2,183.95	870.54	244,430.95
ปี 2565	4,245.29	2,198.71	238,844.23
ปี 2566	2,411.90	-1,289.72	302,745.53

นอกจากนี้ ในช่วงปี 2562-2566 พบว่า รายได้ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลขนาดกลางและขนาดใหญ่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 9.74 และ 7.87 ตามลำดับ โดยนิติบุคคลขนาดกลางมีรายได้เพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2562 ในขณะที่นิติบุคคลขนาดใหญ่มีรายได้ลดลงในช่วงปี 2563 และเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ปี 2564 สำหรับรายได้ของนิติบุคคลขนาดเล็กมีแนวโน้มลดลง โดยในช่วงระยะเวลา 5 ปี ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 26.34 ต่อปี

ตารางที่ 5 รายได้ ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล แบ่งตามขนาดธุรกิจ (ล้านบาท)

ขนาดธุรกิจ	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	CAGR (ปี 62-66)
S	362,204.03	214,614.47	163,684.10	163,342.17	106,626.95	-26.34%
M	86,440.73	89,779.91	96,883.04	112,038.71	125,359.75	9.74%
L	1,812,304.77	1,754,015.06	1,972,148.71	2,158,106.83	2,454,099.39	7.87%

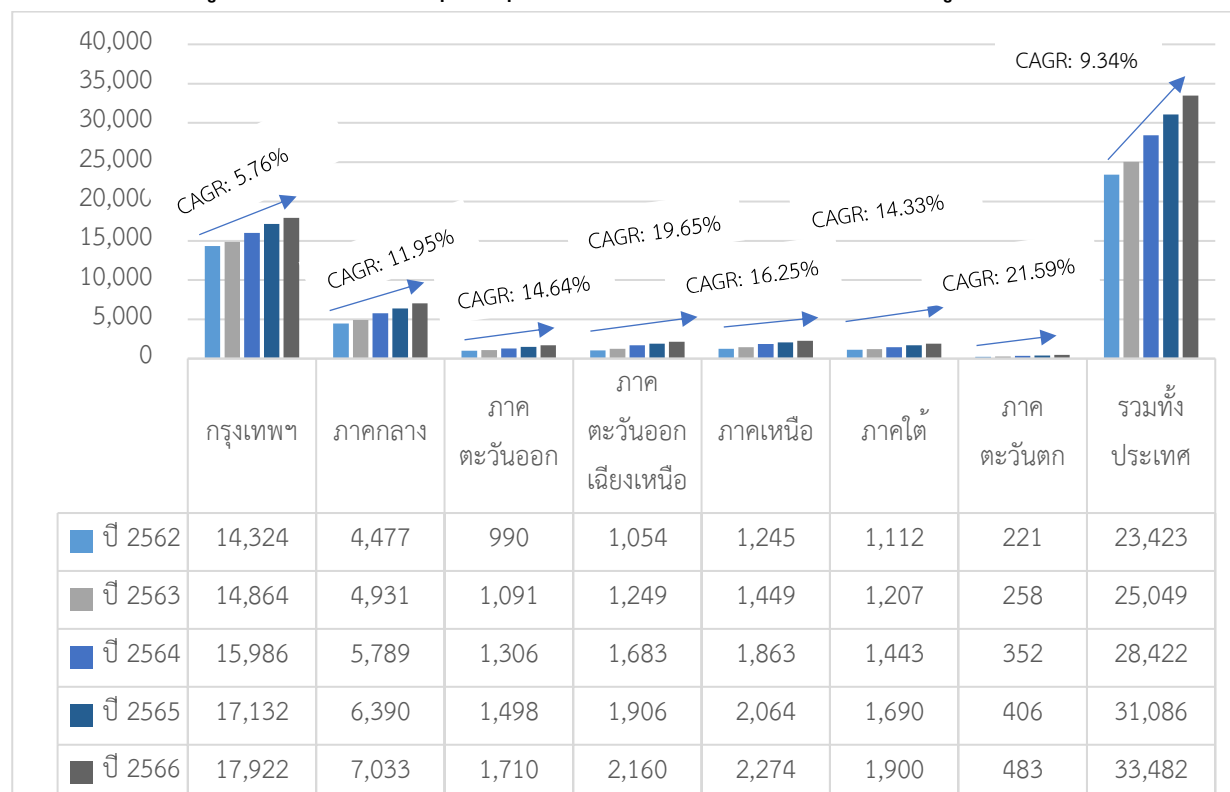
ตารางที่ 6 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล แบ่งตามขนาดธุรกิจ

ขนาดธุรกิจ	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
S	33,692.68	10,610.53	-4,840.57	-31,490.81	- 6,089.29
M	2,336.77	1,330.86	3,191.88	2,437.20	717.07
L	286,120.17	181,723.28	249,163.59	274,379.95	309,710.87

4.4 สถานการณ์ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลตามพื้นที่³¹

ในปี 2566 พื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลสาขาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลดำเนินกิจการอยู่มากที่สุดคือ กรุงเทพฯ จำนวน 17,922 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.53 ของจำนวนนิติบุคคลทั้งหมด รองลงมาคือภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ) 7,033 ราย (ร้อยละ 21.01) และภาคเหนือ 2,274 ราย (ร้อยละ 6.79) โดยทุกภูมิภาคมีจำนวนนิติบุคคลในสาขาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น อย่างต่อเนื่อง โดยที่ภาคตะวันตกเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) มากที่สุดในช่วงปี 2562 -2566 ที่ร้อยละ 21.59

รูปที่ 12 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล ตามภูมิภาค (ราย)



ในปี 2566 รายได้รวมของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล มีมูลค่า 2,686,086.09 ล้านบาท ขยายตัวต่อเนื่องในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2562-2566) ที่ร้อยละ 4.40 (CAGR) โดยกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีรายได้รวมมากที่สุดและภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่มีรายได้รวมขยายตัว ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2562-2566) มากที่สุด ร้อยละ 20.42 (CAGR) นอกจากนี้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาทุกภูมิภาคมีรายได้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นพื้นที่กรุงเทพฯ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ในปี 2563 รายได้รวมลดลงและเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2564-2566 สำหรับในปี 2566 พื้นที่ที่มีกำไรสุทธิมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพฯ โดยทุกพื้นที่ที่มีกำไรสุทธิ ยกเว้นภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นสองภูมิภาคที่ขาดทุน

³¹ Dashboard สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เข้าถึงได้จาก <https://www.smebigdata.com/msme/>

ตารางที่ 7 รายได้รวมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	รายได้ ปี 2562 (ล้านบาท)	รายได้ ปี 2563 (ล้านบาท)	รายได้ ปี 2564 (ล้านบาท)	รายได้ ปี 2565 (ล้านบาท)	รายได้ ปี 2566 (ล้านบาท)	CAGR (ปี 62-66)
1	กรุงเทพมหานคร	2,189,558.34	1,982,417.45	2,146,457.02	2,336,612.45	2,582,624.64	4.21%
2	ภาคกลาง	50,341.95	52,715.38	58,519.13	66,325.95	67,017.39	7.41%
3	ภาคตะวันออก	9,467.19	9,410.83	11,134.93	11,430.44	13,467.78	9.21%
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3,899.13	4,894.58	5,509.10	6,476.26	8,198.24	20.42%
5	ภาคเหนือ	4,041.14	4,855.27	5,555.41	6,924.94	8,142.36	19.14%
6	ภาคใต้	2,791.92	3,183.14	4,221.79	4,337.53	5,023.91	15.82%
7	ภาคตะวันตก	847.69	930.14	1,318.48	1,379.69	1,611.77	17.43%
	รวมทั้งประเทศ	2,260,947.37	2,058,406.78	2,232,715.86	2,433,487.26	2,686,086.09	4.40%

ตารางที่ 8 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล แบ่งตามภูมิภาค

ที่	ภูมิภาค	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2562 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2563 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2564 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2565 (ล้านบาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ปี 2566 (ล้านบาท)
1	กรุงเทพมหานคร	320,460.43	193,493.90	245,821.57	243,068.69	307,563.37
2	ภาคกลาง	1,761.54	-408.56	1,410.14	1,661.06	-4,579.20
3	ภาคตะวันออก	-816.00	-174.38	-316.97	-149.81	-77.88
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	204.58	217.13	185.23	232.43	349.54
5	ภาคเหนือ	322.09	409.00	148.59	310.79	335.73
6	ภาคใต้	154.89	91.82	177.56	94.00	222.32
7	ภาคตะวันตก	63.42	36.37	59.31	71.07	53.82
	รวมทั้งประเทศ	322,150.95	193,665.27	247,485.44	245,288.22	303,867.71

4.5 การลงทุนในนิติบุคคลตามสัญชาติ

จากข้อมูลการลงทุนในนิติบุคคล ในช่วงปี 2562 - 2566 พบว่าสัดส่วนการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 60 – 70 ของการลงทุนในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลทั้งหมด โดยในปี 2566 มูลค่าการลงทุนรวมอยู่ที่ 1,347,469.82 ล้านบาท แบ่งเป็นการลงทุนจากนักลงทุนไทย 949,426.69 ล้านบาท และนักลงทุนต่างชาติ 398,043.13 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนนักลงทุนไทยร้อยละ 70.46 ต่อนักลงทุนต่างชาติร้อยละ 29.54 ซึ่งสัดส่วนการลงทุนของนักลงทุนไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564 สอดคล้องตามรายงาน Digital Progress and Trends Report 2023³² ของธนาคารโลกที่ระบุว่า บริษัทดิจิทัลที่พัฒนาในประเทศ (Homegrown

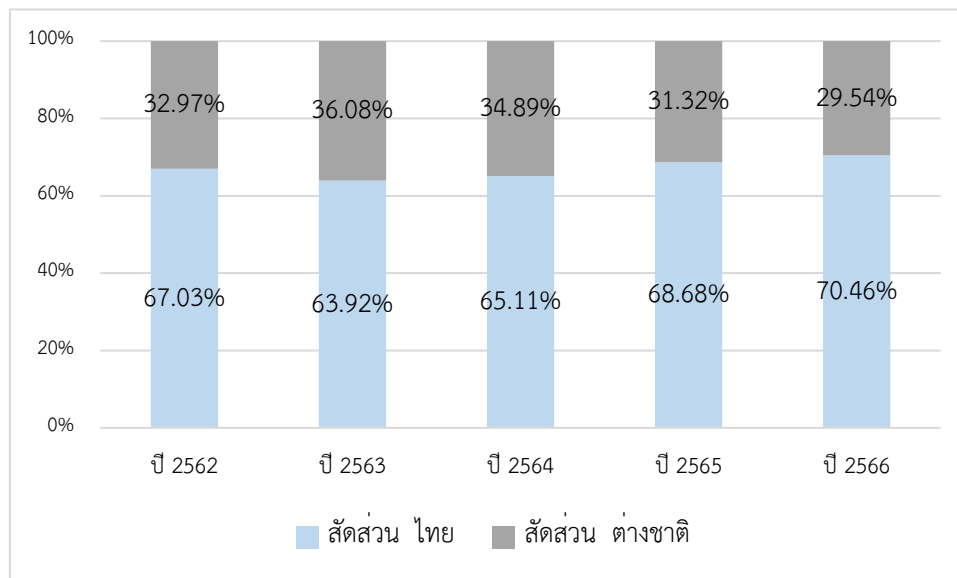
³² ธนาคารโลก. “Digital Progress and Trends Report 2023”

Digital Firms) กำลังเกิดขึ้นในประเทศที่มีรายได้ต่ำและปานกลาง โดยเข้ามาเติมเต็มช่องว่างทางการตลาดที่สำคัญ กระตุ้นนวัตกรรม และมักจะสร้างผลกระทบเชิงบวกในวงกว้างมากกว่าบริษัทต่างชาติ

ตารางที่ 9 การลงทุนในนิติบุคคลตามสัญชาติในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

	มูลค่าการลงทุน (ล้านบาท)		
	ไทย	ต่างชาติ	รวม
ปี 2562	860,066.05	423,114.55	1,283,180.60
ปี 2563	811,049.67	457,714.32	1,268,763.99
ปี 2564	772,565.87	413,942.82	1,186,508.69
ปี 2565	888,640.45	405,308.46	1,293,948.91
ปี 2566	949,426.69	398,043.13	1,347,469.82

รูปที่ 13 สัดส่วนการลงทุนในนิติบุคคลตามสัญชาติ

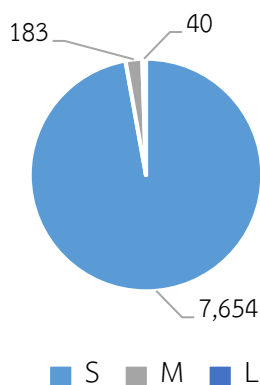


5. วิเคราะห์สภาพธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล รายกลุ่มธุรกิจ

● กลุ่มธุรกิจบริการซอฟต์แวร์

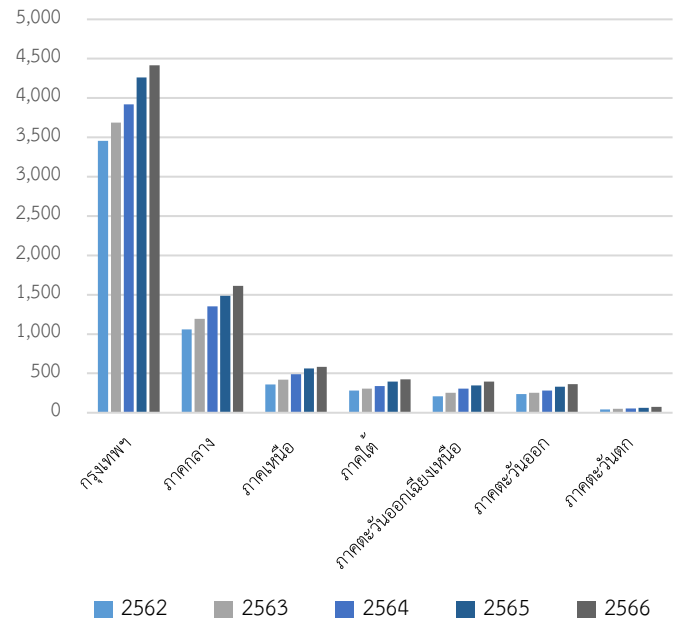
ในปี 2562 - 2566 จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่ในธุรกิจซอฟต์แวร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 มีจำนวนนิติบุคคล 7,877 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลขนาดเล็กคิดเป็นร้อยละ 97.17 ของนิติบุคคลทั้งหมด ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการเข้าไม่ถึงแหล่งเงินทุนที่จะต่อยอดธุรกิจ มีคุณสมบัติไม่ตรงกับหน่วยงานที่ให้เงินทุนสนับสนุน³³ ทำให้นิติบุคคลเกือบทั้งหมดเป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก โดยมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 97.17 ของจำนวนนิติบุคคลทั้งหมดและอาจทำให้ไม่สามารถขยายกิจการเป็นขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ได้

รูปที่ 14 จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่
ปี 2566 (ราย)



พื้นที่กรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลธุรกิจซอฟต์แวร์มากที่สุด 4,418 ราย รองลงมาเป็นภาคกลาง 1,614 ราย และภาคเหนือ 585 ราย ตามลำดับ สอดคล้องกับรายได้รวมและกำไรสุทธิ โดยในปี 2566 กรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีรายได้รวมมากที่สุด 74,603.51 ล้านบาท และมีกำไรมากที่สุด 1,856.16 ล้านบาท โดยธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ในทุกภูมิภาคมีผลกำไร

รูปที่ 15 จำนวนนิติบุคคล
ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ (ราย)



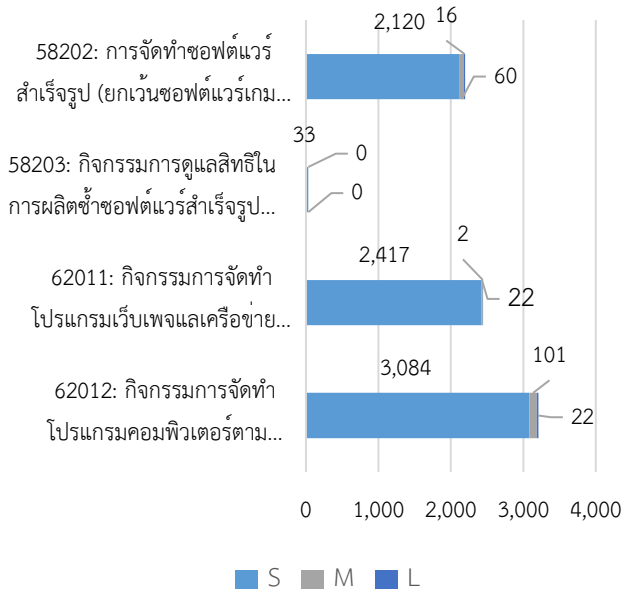
เมื่อพิจารณาประเภทธุรกิจย่อยในกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ พบว่า ธุรกิจการจัดทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ (ยกเว้นโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่าย) มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด ในปี 2566 คือ 3,207 ราย และธุรกิจการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์สำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่มีเพียงนิติบุคคลขนาดเล็ก

เมื่อพิจารณารายได้รวมของกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ ในปี 2566 พบว่า ธุรกิจที่มีรายได้รวมมากที่สุด ได้แก่ (1) กิจกรรมการจัดทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ (ยกเว้นโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่าย) 42,195.27 ล้านบาท ตามมาด้วย (2) การจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (ยกเว้นซอฟต์แวร์เกมสำเร็จรูป) 30,696.87 ล้านบาท (3) กิจกรรมการจัดทำโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่ายตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้

³³ การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Focus group) ต่อร่างแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 – 2570 แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าธุรกิจบริการ เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2567

11,626.53 ล้านบาท และ (4) กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์สำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่ 183.77 ล้านบาท

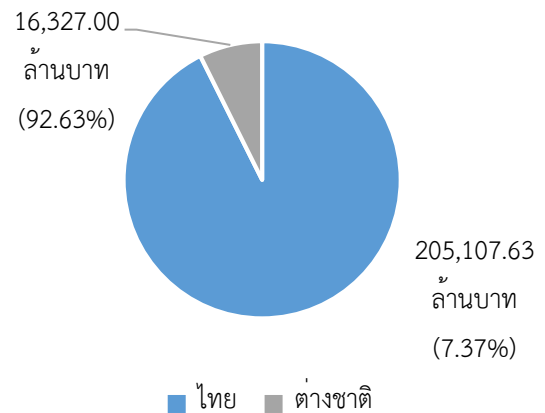
รูปที่ 16 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจซอฟต์แวร์ ปี 2566 แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)



อย่างไรก็ตาม พบว่า ในปี 2566 ธุรกิจซอฟต์แวร์ประเภทกิจกรรมการจัดทำโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่ายตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ และกิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์สำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่ ยังมีผลประกอบการขาดทุนแม้จะมีรายได้รวมเพิ่มมากขึ้นจากปี 2565

เมื่อพิจารณาการลงทุนในนิติบุคคลต่างชาติพบว่า สัดส่วนนักลงทุนไทยต่อนักลงทุนต่างชาติในปี 2566 อยู่ที่ร้อยละ 92.63 ต่อ 7.37 อย่างไรก็ตามแนวโน้มการเข้ามาลงทุนในธุรกิจบริการพัฒนาซอฟต์แวร์ของต่างชาติมีเพิ่มมากขึ้น โดยปี 2567 ชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนประกอบธุรกิจบริการพัฒนาซอฟต์แวร์สำคัญ อาทิ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ จีน ฮองกง³⁴

รูปที่ 17 สัดส่วนการลงทุนในนิติบุคคลต่างชาติของธุรกิจซอฟต์แวร์ ปี 2566



สำหรับแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ปี 2567-2569 จะมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 9-10 โดยคาดว่าในปี 2567-2569 อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์จะมีมูลค่า 237,118.96 ล้านบาท 260,143.21 ล้านบาท และ 284,258.49 ล้านบาทตามลำดับ โดยบริการซอฟต์แวร์ถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่คาดว่าจะเติบโตมากขึ้นในตลาดโลก³⁵

● กลุ่มธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

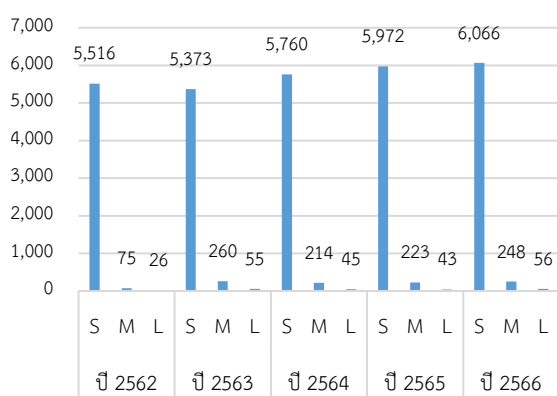
ในปี 2566 มีนิติบุคคลธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์จำนวน 6,370 ราย โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินการอยู่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.20 โดยนิติบุคคลธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ส่วนมากเป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95.23 ของจำนวนนิติบุคคลทั้งหมด

³⁴ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. เข้าถึงได้จาก

<https://www.dbd.go.th/news/1628012568>

³⁵ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

รูปที่ 18 จำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่
ปี 2562 - 2566 (ราย)

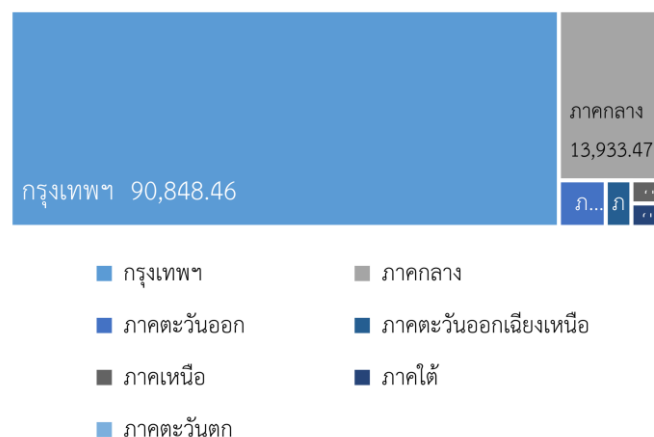


ในปี 2566 กรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด 4,097 ราย รวมทั้งเป็นพื้นที่ที่มีรายได้รวมและมีกำไรสุทธิมากที่สุด รองลงมาคือภาคกลางมีจำนวนนิติบุคคล 1,279 ราย และภาคเหนือ 287 ราย ตามลำดับ

ในปี 2566 ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ มีรายได้รวม 108,585.98 ล้านบาท ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 2.31 รวมทั้งในปี 2566 ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ของไทยในภาพรวมขาดทุน 1,289.72 ล้านบาท การขาดทุนของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์เป็นผลมาจากการหดตัวของอุตสาหกรรมเกม ซึ่งมีมูลค่าการบริโภคลดลงต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ทำให้อุตสาหกรรมโดยรวมได้รับผลกระทบอย่างชัดเจน นอกจากนี้ อุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยปี 2566 ยังหดตัวเฉลี่ยร้อยละ 10 โดยเกิดจากการลดลงของปริมาณการจ้างผลิตงาน Computer Graphic (CG)/ Visual Effects (VFX) จากต่างประเทศ เนื่องจากการแข่งขันด้านราคา และการแข่งขันของผู้ประกอบการคู่แข่งต่างชาติที่เพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจรับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่นหดตัวลงถึงร้อยละ 12 หรือคิดเป็นมูลค่า 397

ล้านบาท อีกทั้งผู้ประกอบการไทยยังมีการสร้างงานแอนิเมชันจากทรัพย์สินทางปัญญาของตนเองน้อย โดยส่วนมากเน้นการรับจ้างผลิตและงานโปรดักชัน³⁶

รูปที่ 19 รายได้รวมของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์
ปี 2566 แบ่งตามภาค (ล้านบาท)



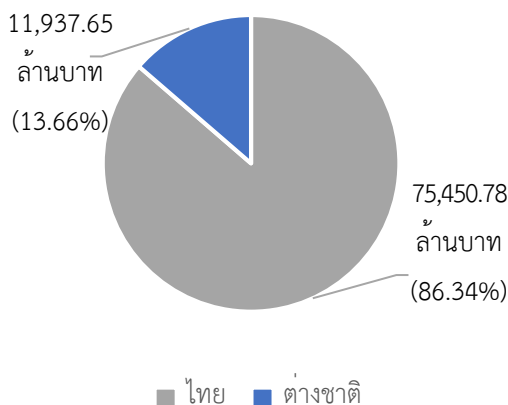
เมื่อพิจารณาประเภทธุรกิจย่อยในกลุ่มธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ พบว่า ในปี 2566 ธุรกิจที่มีจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินการอยู่มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) กิจกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ 1,619 ราย (2) กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 1,397 ราย (3) ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวีดิโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป 580 ราย (4) การขายส่งเกม และของเล่น 442 ราย และ (5) การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่งานอื่นๆ ผ่านทางออนไลน์ 373 ราย

ธุรกิจที่มีรายได้รวมมากที่สุด 5 อันดับแรกในปี 2566 ได้แก่ (1) กิจกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ 28,761.26 ล้านบาท (2) ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวีดิโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป 23,067.03 ล้านบาท (3) กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 12,612.04 ล้านบาท (4) กิจกรรมด้านการจัดฉายภาพยนตร์ 11,326.50 ล้านบาท และ (5) การขายส่งเกมและของเล่น 7,272.86 ล้านบาท

³⁶ ผู้จัดการออนไลน์. “‘ตีป้า’ เผยดิจิทัลคอนเทนต์ปี 66 บังไม่หยุด Art Toy มาแรง พาคาแร็กเตอร์แจ้งเกิด”

เมื่อพิจารณาการลงทุนของต่างชาติในนิติบุคคลกลุ่มธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ พบว่า สัดส่วนนักลงทุนไทยต่อนักลงทุนต่างชาติในปี 2566 อยู่ที่ร้อยละ 86.34 ต่อ 13.66 นอกจากนี้ ในปี 2567 มีนักลงทุนต่างชาติได้เข้ามาลงทุนในไทย อาทิ ญี่ปุ่น ได้เข้ามาลงทุนในธุรกิจบริการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ จีน ได้เข้ามาลงทุนในธุรกิจบริการทำเทคนิคด้านภาพสำหรับภาพยนตร์³⁷

รูปที่ 20 สัดส่วนการลงทุนของนิติบุคคลต่างชาติของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ปี 2566

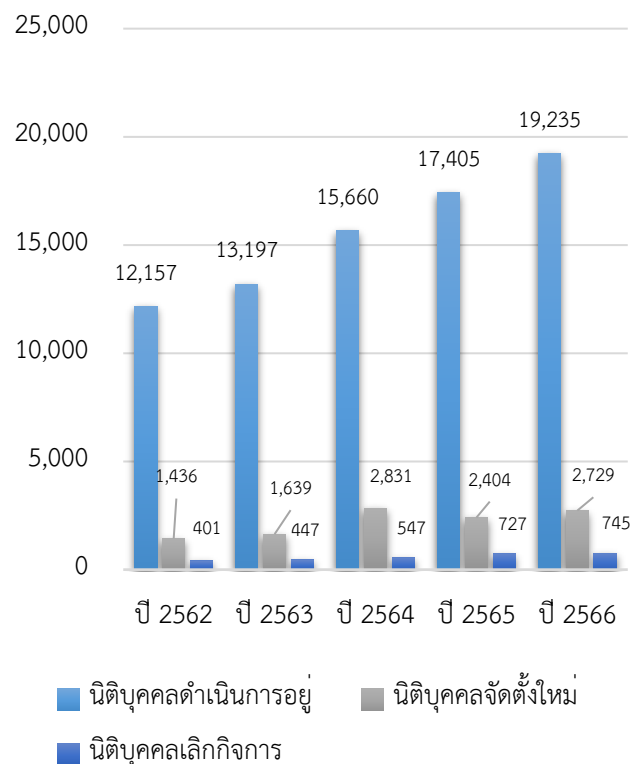


● ธุรกิจบริการดิจิทัล

ธุรกิจบริการดิจิทัลมีแนวโน้มจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 - 2566 จำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินการอยู่เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 12.15 ในขณะที่นิติบุคคลจัดตั้งใหม่เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 17.41 ซึ่งอาจมีปัจจัยหนุนจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน การยกเลิกค่าธรรมเนียมการโอนเงินออนไลน์ และการแข่งขันของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มากขึ้น ทั้งนี้ อัตราการเติบโตของนิติบุคคลเล็กกิจการร้อยละ 16.75 ยังใกล้เคียงกับนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ซึ่งอาจเป็นผลจากธุรกิจใช้นวัตกรรมสูง การเติบโต

อย่างรวดเร็วและมีอัตราความเสี่ยงสูง รวมถึงผู้ประกอบการ SME ขาดแคลนเงินทุนในการขยายสาขา และเข้าถึงสินเชื่อได้ยาก³⁸ อย่างไรก็ตาม จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ยังคงมีจำนวนมากกว่านิติบุคคลเลิกกิจการอย่างต่อเนื่อง

รูปที่ 21 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจบริการดิจิทัล ปี 2562 - 2566 (ราย)

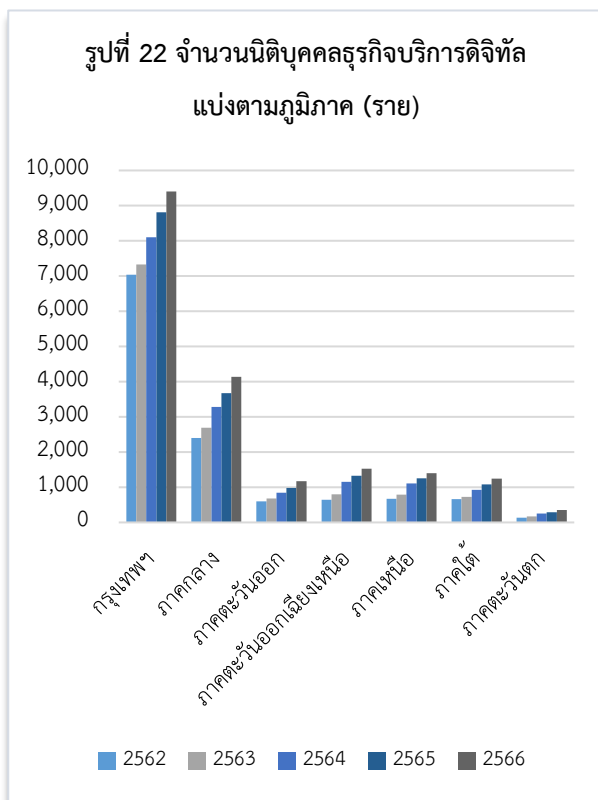


จากการคาดการณ์ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล แนวโน้มของธุรกิจบริการดิจิทัลคาดว่าจะโตประมาณร้อยละ 13-14 ในปี 2567-2568 และการเติบโตมีแนวโน้มที่จะลดลงในปี 2569 เหลือที่ประมาณร้อยละ 5.4 โดยคาดว่าในปี 2567 ธุรกิจบริการดิจิทัล จะมีมูลค่า 1,630,367.09 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นในปี 2568-2569 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็น 1,883,400.07 ล้านบาท และ 2,186,250.80 ล้านบาท ตามลำดับ

³⁷ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. เข้าถึงได้จาก <https://www.dbd.go.th/news/1628012568>

³⁸ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, “บทวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจดิจิทัลประเทศไทย”

ในปี 2566 การบริหารจัดการโลจิสติกส์ ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Logistics) มีมูลค่าธุรกิจมากที่สุด คือ 92,429 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.73 จากปี 2565 ในขณะที่ธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างมาก ได้แก่ ธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ (e-Tourism) มีมูลค่า 15,881 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.10 จากปี 2565 เนื่องจากการฟื้นตัวของการท่องเที่ยว เทคโนโลยีด้านการศึกษา (EdTech) มีมูลค่า 2,189 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 82.26 สืบเนื่องจากความต้องการในการพัฒนาทักษะของบุคลากรที่มีมากขึ้น เพื่อยกระดับทักษะให้ทันกับการพัฒนาสู่เศรษฐกิจดิจิทัลของไทย และเทคโนโลยีทางด้านสุขภาพ (HealthTech) ที่มีมูลค่าอุตสาหกรรม 1,378 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 85.71 เนื่องจากความใส่ใจในเรื่องสุขภาพของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น³⁹



ในปี 2562 - 2566 ธุรกิจบริการดิจิทัล ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ ภาคกลาง และภาคตะวันออก แต่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกภูมิภาค

ประเภทธุรกิจบริการดิจิทัลที่มีจำนวนนิติบุคคลดำเนินการอยู่มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) ธุรกิจการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต 6,782 ราย (2) ธุรกิจกิจกรรมการให้คำปรึกษาทางด้านซอฟต์แวร์ 2,170 ราย (3) ธุรกิจกิจกรรมการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์อื่นๆ 1,766 ราย (4) ธุรกิจกิจกรรมการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านคอมพิวเตอร์ 1,191 ราย และ (5) ธุรกิจการบริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้า/บริการโดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 1,001 ราย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลนิติบุคคลในปี 2566 พบว่า ธุรกิจในกลุ่มบริการดิจิทัลที่มีศักยภาพ ได้แก่

(1) ธุรกิจการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีจำนวนนิติบุคคลดำเนินการจำนวนมากที่สุดในกลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัล และมีรายได้มากเป็นอันดับที่ 4 ในกลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัล

(2) ธุรกิจกิจกรรมการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์อื่นๆ เนื่องจากมีจำนวนนิติบุคคลดำเนินการจำนวนมากเป็นอันดับที่ 3 ในกลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัล และมีรายได้มากและมีอัตราการเติบโตของรายได้เป็นอันดับที่ 5 ในกลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัล

(3) ธุรกิจการบริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้า/บริการโดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีจำนวนนิติบุคคลดำเนินการจำนวนมากเป็นอันดับที่ 5 ในกลุ่ม

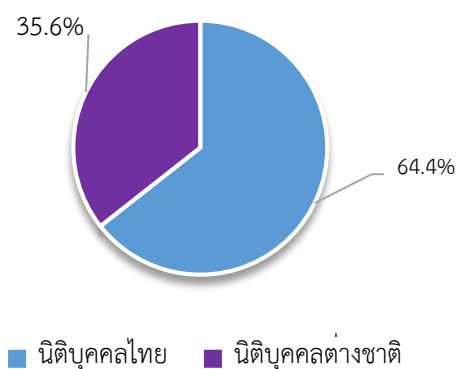
³⁹ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, “DIGITAL INDUSTRY 2023”

ธุรกิจบริการดิจิทัล มีเติบโตของรายได้สูงเป็นอันดับที่ 1 ในกลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัล

(4) กลุ่มธุรกิจธนาคารและประกันภัย (ได้แก่ ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ธุรกิจประกันชีวิต และธุรกิจประกันวินาศภัย) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากที่สุด และมีกำไร (ขาดทุน) สุทธิมากที่สุด ในกลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัล นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจนี้ยังเป็นส่วนสำคัญที่ขับเคลื่อน GDP ของประเทศ โดยในปี 2566 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.17 ของ GDP ทั้งหมด⁴⁰

ในปี 2566 กลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัลมีสัดส่วน

รูปที่ 23 การลงทุนในนิติบุคคลต่างชาติ
ของธุรกิจบริการดิจิทัล ปี 2566



การลงทุนโดยคนไทยมากกว่าชาวต่างชาติ มีสัดส่วนการลงทุนของไทยถึงร้อยละ 64.40 สะท้อนถึงศักยภาพของผู้ผลิตในไทยที่ยังมีความเข้มแข็งเป็นผลจากอุตสาหกรรมดิจิทัลไทยที่มีความเข้มแข็งในตลาดส่งออก⁴¹

⁴⁰ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

⁴¹ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, “บทวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจดิจิทัลประเทศไทย”

6. ความตกลงการค้าระหว่างประเทศและพันธกรณีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดตลาดของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

6.1 การเปิดตลาดของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

ความตกลงระหว่างประเทศที่ไทยเป็นภาคีในปัจจุบัน ที่มีการจัดทำข้อผูกพันการเปิดตลาดบริการ มีจำนวน 13 ฉบับ โดยมีผลใช้บังคับแล้ว จำนวน 12 ฉบับ ได้แก่ (1) ความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการขององค์การการค้าโลก (GATS) (2) กรอบความตกลงว่าด้วยการค้าบริการของอาเซียน (AFAS) (3) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ACFTA) (4) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-เกาหลีใต้ (AKFTA) (5) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ (AANZFTA) (6) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (AIFTA) (7) ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (AICEP) (8) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ฮ่องกง (AHKFTA) (9) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) (10) ความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) (11) ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) (12) ความตกลงการค้าเสรีไทย-ชิลี (TCFTA) และ ความตกลงฯ ที่คาดว่าจะมีผลใช้บังคับในปี 2568 จำนวน 1 ฉบับ ได้แก่ ความตกลงการค้าเสรีไทย-ศรีลังกา (SLTFTA)

พันธกรณีด้านการค้าบริการ และข้อผูกพันการเปิดตลาดบริการภายใต้ความตกลงต่าง ๆ ของไทย มีรูปแบบการให้บริการ (Mode of Supply) ที่ผูกพันภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศ 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) Mode 1: การบริการข้ามพรมแดน (Cross-Border Supply) ผู้ให้บริการและผู้รับบริการอยู่คนละประเทศ (2) Mode 2: การบริโภคในต่างประเทศ (Consumption Abroad): ผู้บริโภคเดินทางจากประเทศหนึ่งเข้าไปใช้บริการในประเทศที่เป็นที่ตั้งของผู้ให้บริการ (3) Mode 3: การจัดตั้งธุรกิจเพื่อให้บริการ (Commercial Presence): ผู้ให้บริการจากประเทศหนึ่งเข้าไปลงทุนจัดตั้งธุรกิจรูปแบบต่างๆ ในประเทศผู้ให้บริการ และ (4) Mode 4: การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Presence of Natural Persons): บุคคลธรรมดาจากประเทศหนึ่งเข้าไปทำงานหรือให้บริการในอีกประเทศ

ทั้งนี้ สาขาบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการให้บริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลได้ผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ความตกลงการค้าเสรีที่แตกต่างกันไปในแต่ละกรอบ โดยจำแนกเป็นสาขา อาทิ

(1) บริการคอมพิวเตอร์และบริการที่เกี่ยวข้อง โดยไทยผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ FTA ที่สำคัญ อาทิ

สาขาที่ไทยผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ WTO ได้แก่ (1) บริการที่ปรึกษาเกี่ยวกับการติดตั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (2) บริการสนับสนุนการใช้งานซอฟต์แวร์ (3) บริการประมวลผลข้อมูล (4) บริการฐานข้อมูล โดยการบริโภคในต่างประเทศ (Mode 2) ไทยเปิดตลาดแบบไม่มีข้อจำกัด การให้บริการในรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ (Mode 3) กำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่เกินร้อยละ 49 และการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Mode 4) อนุญาตให้พำนักรถของบุคคลธรรมดาประเภทนักธุรกิจ และผู้อยู่อาศัยในกิจการเท่านั้น

สาขาที่ไทยผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ 10th AFAS ได้แก่ (1) บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (2) บริการให้คำปรึกษาด้านซอฟต์แวร์ (3) บริการประมวลผลข้อมูล (ไม่รวมการให้บริการบนเครือข่ายโทรคมนาคมสาธารณะ) (4) บริการฐานข้อมูล (ไม่รวมการให้บริการบนเครือข่ายโทรคมนาคมสาธารณะ) และ (5) บริการซ่อมและบำรุงรักษาอุปกรณ์สำนักงาน รวมถึงคอมพิวเตอร์ โดยการให้บริการข้ามพรมแดน (Mode 1) ไทยผูกพันการเปิดตลาดแบบไม่มีข้อจำกัด การให้บริการในรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ (Mode 3) อนุญาตเฉพาะรูปแบบของบริษัทจำกัดเท่านั้น

โดยสัดส่วนหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินร้อยละ 70 และดำเนินธุรกิจได้เฉพาะในลักษณะการร่วมทุน (Joint Venture) กับนิติบุคคลสัญชาติไทยเท่านั้น และการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Mode 4) ไทยไม่ผูกพันการเปิดตลาด

สาขาที่ไทยผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ ACFTA ได้แก่ (1) บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (2) บริการด้านคอมพิวเตอร์อื่น ๆ (บริการซ่อมและบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน รวมถึงคอมพิวเตอร์) โดยไทยผูกพันการเปิดตลาดแบบไม่มีเงื่อนไขในการให้บริการข้ามพรมแดน (Mode 1) และการบริโภคในต่างประเทศ (Mode 2) การให้บริการในรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ (Mode 3) กำหนดให้ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 49 และการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Mode 4) อนุญาตให้ Business Visitor พำนักได้ 90 วันและต่ออายุได้ไม่เกิน 1 ปี Intra-Corporate Transferee เฉพาะการโอนย้ายระดับ executives managers and specialists พำนักได้ 1 ปี ขอต่ออายุได้ 3 ครั้ง ครั้งละไม่เกิน 1 ปี สำหรับบริการฐานข้อมูล (ไม่รวมการให้บริการบนเครือข่ายโทรคมนาคมสาธารณะ) โดยไทยผูกพันการเปิดตลาดแบบไม่มีเงื่อนไขในการให้บริการข้ามพรมแดน (Mode 1) และการบริโภคในต่างประเทศ (Mode 2) การให้บริการในรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ (Mode 3) กำหนดให้ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 51 และการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Mode 4) อนุญาตให้ Business Visitor พำนักได้ 90 วันและต่ออายุได้ไม่เกิน 1 ปี Intra-Corporate Transferee เฉพาะการโอนย้ายระดับ executives managers and specialists พำนักได้ 1 ปี ขอต่ออายุได้ 3 ครั้ง ครั้งละไม่เกิน 1 ปี

สาขาที่ไทยผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ RCEP ได้แก่ (1) บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (2) บริการให้คำปรึกษาด้านซอฟต์แวร์ (3) บริการประมวลผลข้อมูล (ไม่รวมการให้บริการบนเครือข่ายโทรคมนาคมสาธารณะ) (4) บริการฐานข้อมูล (ไม่รวมการให้บริการบนเครือข่ายโทรคมนาคมสาธารณะ) (5) บริการฝึกอบรมด้านซอฟต์แวร์ให้พนักงานของลูกค้า โดยการให้บริการข้ามพรมแดน (Mode 1) ไทยผูกพันการเปิดตลาดแบบไม่มีข้อจำกัด การให้บริการในรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ (Mode 3) อนุญาตเฉพาะรูปแบบของบริษัทจำกัดเท่านั้น โดยสัดส่วนหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินร้อยละ 70 และการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Mode 4) ไทยไม่ผูกพัน

(2) บริการโสตทัศน โดยไทยผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ FTA ที่สำคัญ อาทิ

สาขาที่ไทยผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ WTO , ACFTA, AKFTA, AANZFTA, AJCEP, AHKFTA, TPFTA, JTEPA, 10th AFAS และ RCEP ได้แก่ บริการผลิตฟิล์ม/วิดีโอ บริการจัดจำหน่ายฟิล์ม/วิดีโอ และบริการผลิตวิทยุและบริการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยการให้บริการข้ามพรมแดน (Mode 1) ไทยไม่ผูกพันการเปิดตลาด การบริโภคในต่างประเทศ (Mode 2) เปิดตลาดแบบไม่มีข้อจำกัด การให้บริการในรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ (Mode 3) ไทยผูกพันการเปิดตลาดแตกต่างกันไปในแต่ละกรอบ โดยไม่มีข้อจำกัดในกรอบ AKFTA, AANZFTA, AIFTA และ JTEPA กำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่เกินร้อยละ 49 ในกรอบ WTO, AFAS และ TPFTA และกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่เกินร้อยละ 49 และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติไม่เกินกึ่งหนึ่ง ในกรอบ ACFTA, AJCEP, AHKFTA และ RCEP และการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Mode 4) ส่วนใหญ่ไทยไม่ผูกพันการเปิดตลาด แต่มีข้อยกเว้น เช่น Business Visitors (BV) และ Intra Corporate Transferees (ICT) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

ทั้งนี้ สาขาบริการฉายภาพยนตร์ ไทยกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่เกินร้อยละ 70 ภายใต้ 10th AFAS และไม่เกินร้อยละ 51 ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด ภายใต้ RCEP สาขาบริการบันทึกเสียงเฉพาะการผลิตเพื่อการศึกษา ระดับอุดมศึกษาในมหาวิทยาลัยไม่รวมการออกอากาศและบริการเกี่ยวกับโสตทัศน ไทยกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่เกินร้อยละ 70 ภายใต้ 10th AFAS และสาขาบริการปรับแต่งสีโดยใช้เทคนิคดิจิทัล เช่น เพิ่ม ปรับ หรือแยกสี

สำหรับงานโสตทัศนต่างๆ ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ไทยกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่เกินร้อยละ 51 ภายใต้ 10th AFAS

(3) บริการจัดจำหน่าย โดยไทยผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ FTA ที่สำคัญ อาทิ

สาขาที่ไทยผูกพันการเปิดตลาดภายใต้ WTO, ACFTA, AKFTA, AANZFTA, AJCEP, AHKFTA, TPFTA, JTEPA, AIFTA, TCFTA, 10th AFAS และ RCEP ได้แก่ บริการตัวแทนผู้เป็นนายหน้า โดยการให้บริการข้ามพรมแดน (Mode 1) ไทยไม่ผูกพันการเปิดตลาด ยกเว้น 10th AFAS ไม่มีข้อจำกัด การบริโภคนในต่างประเทศ (Mode 2) เปิดตลาดแบบไม่มีข้อจำกัด การให้บริการในรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ (Mode 3) กำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่เกินร้อยละ 49 ยกเว้น JTEPA อนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นได้ร้อยละ 100 และการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Mode 4) ไม่ผูกพันการเปิดตลาด ทั้งนี้ สาขาบริการค้าส่งที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายและการติดตั้งสินค้าที่ผลิตโดยนิติบุคคลของภาคีที่จัดตั้งในประเทศไทย ไทยกำหนดให้ต่างชาติถือหุ้นได้ร้อยละ 100 ภายใต้ FTA ไทย-ออสเตรเลีย ไม่เกินร้อยละ 75 ภายใต้ JTEPA (ยกเว้นการจัดจำหน่ายสุรากลั่น) และไม่เกินร้อยละ 70 ภายใต้ TCFTA

(4) บริการเกมออนไลน์ ไทยผูกพันเปิดตลาดภายใต้ RCEP ให้การให้บริการข้ามพรมแดน (Mode 1) และการบริโภคนในต่างประเทศ (Mode 2) โดยไม่ได้มีข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด สำหรับการให้บริการในรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ (Mode 3) ไทยมีการกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่เกินร้อยละ 49 และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัทดังกล่าว และการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Mode 4) ไม่ผูกพัน

6.2 กรอบความตกลงเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Framework Agreement: DEFA)

กรอบความตกลงเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Framework Agreement: DEFA) เริ่มต้นการเจรจาครั้งแรกเมื่อปี 2566 โดยที่ประชุมคณะมนตรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Council) ครั้งที่ 23 ได้ประกาศเริ่มเจรจาความตกลง DEFA อย่างเป็นทางการ โดยตั้งเป้าหมายสรุปผลการเจรจาภายใน 2 ปี เพื่อผลักดันมูลค่าการค้าดิจิทัลในอาเซียนให้เพิ่มขึ้นจนถึง 2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2573⁴² โดยถือเป็นความตกลงเศรษฐกิจดิจิทัลระดับภูมิภาคฉบับแรกของโลกในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจดิจิทัลของอาเซียนให้แข็งแกร่ง

วัตถุประสงค์ของการจัดทำความตกลง คือเพื่อเร่งรัดกระบวนการเปลี่ยนแปลงการเป็นเศรษฐกิจดิจิทัลของอาเซียน โดยมุ่งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างมาตรฐานและกฎระเบียบร่วมกันในการค้าและการลงทุนด้านเทคโนโลยีและบริการดิจิทัล รวมถึงการส่งเสริมการไหลเวียนของข้อมูลข้ามพรมแดน การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอาเซียน ลดความเหลื่อมล้ำด้านดิจิทัล และดึงดูดการลงทุนจากทั่วโลก

กรอบการเจรจาความตกลง DEFA ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) การค้าดิจิทัล โดยลดขั้นตอนและเพิ่มประสิทธิภาพทางศุลกากรต่อยอดจาก ASEAN Single Window (2) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อยกระดับข้อตกลง E-Commerce ของอาเซียน เพิ่มโอกาสให้ MSMEs เข้าถึงตลาดต่างประเทศ (3) ระบบการชำระเงินดิจิทัลและใบแจ้งหนี้อิเล็กทรอนิกส์ โดยสนับสนุนการใช้ QR Code และ e-Wallet ในการชำระเงินข้ามพรมแดน (4) Digital ID โดยมุ่งพัฒนา Digital ID ให้ใช้งานข้ามพรมแดนได้สะดวก (5) การไหลเวียนและการคุ้มครองข้อมูลข้ามพรมแดน โดยการยึดตามกรอบการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอาเซียน (6) ความมั่นคงทาง

⁴² ไทยรัฐออนไลน์. “พาณิชย์” รุกเวทีเจรจา DEFA เพิ่มมูลค่า “เศรษฐกิจดิจิทัล” พลิกอนาคตไทย”

ไซเบอร์ โดยส่งเสริมความร่วมมือและสร้างสภาพแวดล้อมออนไลน์ที่ปลอดภัย (7) ความร่วมมือด้านเทคโนโลยีใหม่ เช่น การกำหนดมาตรฐานและกฎระเบียบสำหรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) (8) การเคลื่อนย้ายแรงงาน โดยอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายแรงงานทักษะสูง และ (9) นโยบายการแข่งขัน โดยส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม โปร่งใส และมีการคุ้มครองผู้บริโภค⁴³

ไทยมีบทบาทสำคัญในฐานะประธานการประชุม DEFA โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับการเร่งรัดการเจรจาเพื่อให้ได้ข้อสรุปภายในปี 2568 และตั้งเป้าประกาศความสำเร็จของข้อตกลงในการประชุมผู้นำอาเซียนในเดือนตุลาคมของปีเดียวกัน ซึ่งความตกลงดังกล่าวจะช่วยยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลของไทยและอาเซียน พร้อมดึงดูดการลงทุนจากทั่วโลก อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความร่วมมือด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลในภูมิภาค นอกจากนี้ การพัฒนาสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจดิจิทัลที่โปร่งใสและมีมาตรฐานร่วมกัน จะช่วยให้ไทยและประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น⁴⁴

7. กรณีศึกษาการกำกับดูแล/นโยบายการส่งเสริมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของต่างประเทศ

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลเป็นธุรกิจที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ซึ่งแต่ละประเทศมีกลไกในการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ และการคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างกัน รายงานฉบับนี้ศึกษาตัวอย่างการกำกับดูแล/ส่งเสริมของ 3 ประเทศ/กลุ่มประเทศที่เป็นผู้นำและมีความโดดเด่น ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น โดยสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำตลาดบริการดิจิทัลของโลก มีสัดส่วนมูลค่าธุรกรรมบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสูงเป็นอันดับหนึ่งของโลกในปี 2564 และเป็นที่ตั้งของบริษัทให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรายใหญ่⁴⁵ สำหรับสหภาพยุโรปเป็นกลุ่มประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลสูง โดยจากการจัดอันดับระดับโลกด้านดิจิทัล โดย IMD พบว่า 5 ใน 10 อันดับเขตเศรษฐกิจที่มีความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลสูงที่สุด 10 อันดับแรกในปี 2567 ส่วนใหญ่ยังคงเป็นประเทศในทวีปยุโรป ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ เดนมาร์ก สวีเดน เนเธอร์แลนด์ และนอร์เวย์⁴⁶ นอกจากนี้ สหภาพยุโรปยังมีความก้าวหน้าในด้านกฎระเบียบและกฎหมายดิจิทัลเป็นอย่างมาก และญี่ปุ่นมีความโดดเด่นในตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ และเป็นผู้ว่าจ้างสำคัญของไทยในการออกแบบและจ้างผลิต รวมทั้งยังมีสัดส่วนมูลค่าธุรกรรมบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสูงเป็นอันดับสามของโลกในปี 2564⁴⁷

7.1 สหรัฐอเมริกา

● ภาพรวมตลาดภายในประเทศ

ในปี 2565 เศรษฐกิจดิจิทัลของสหรัฐฯ มีมูลค่า 4.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 9 ของมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการทั้งหมดในสหรัฐฯ โดยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เป็นกิจกรรมที่มีมูลค่าสูงที่สุด 1.14 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และบริการคลาวด์เป็นกิจกรรมที่เติบโตเร็วที่สุด โดยบริการโทรคมนาคมมีมูลค่า 8.47

⁴³ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน). “ข้อตกลงกรอบเศรษฐกิจดิจิทัล (DEFA) กับผลดีต่อเศรษฐกิจอาเซียน”

⁴⁴ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. “‘พาณิชย์’ ร่วมประชุม รมต.เศรษฐกิจ เร่งอาเซียนปิดดีล DEFA เชื่อมเศรษฐกิจดิจิทัล” เข้าถึงได้จาก <https://www.dtn.go.th/th/content/page/index/id/13721>

⁴⁵ ศูนย์วิจัยกรุงศรี. “แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2566-2568: ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์”

⁴⁶ IMD. “World Digital Competitiveness Ranking”

⁴⁷ ศูนย์วิจัยกรุงศรี. “แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2566-2568: ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์”

แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ซอฟต์แวร์ 8.46 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ฮาร์ดแวร์ 4.76 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ บริการอินเทอร์เน็ตและข้อมูล 2.59 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ บริการคลาวด์ 3.04 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐและบริการดิจิทัลอื่นๆ 3.95 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ⁴⁸

ในปี 2566 ตลาด IT services ของสหรัฐฯ มีมูลค่า 4.06 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดการณ์ว่าในช่วงปี 2567-2573 จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.9 โดยมีปัจจัยสำคัญจากการเติบโตของ Big data, AI, Internet of Things (IoT) และ Machine Learning รวมทั้งความต้องการในความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่เพิ่มขึ้นของบริษัทต่างๆ ที่ให้ความสำคัญและเพิ่มการลงทุนทางนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการสร้างความมั่นคงทางไซเบอร์ จะทำให้ตลาด IT services เติบโตมากขึ้น

สำหรับตลาดซอฟต์แวร์สหรัฐฯ ถือเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยคาดว่าในปี 2568 ตลาดซอฟต์แวร์ในสหรัฐฯ จะมีมูลค่าประมาณ 379,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ในช่วงปี 2568-2572 ที่ร้อยละ 4.05 ซึ่งจะทำให้ในปี 2572 ตลาดซอฟต์แวร์สหรัฐฯ มีมูลค่า 4.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ⁴⁹

ในขณะที่ตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ของสหรัฐฯ ในปี 2567 จะมีมูลค่า 6,411.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าในปี 2573 จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 12,283.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ระหว่างปี 2568-2573 ร้อยละ 11.6 นอกจากนี้ ในปี 2566 สหรัฐฯ มีสัดส่วนรายได้ในตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ของโลก ร้อยละ 20.3 และคาดว่าในปี 2530 สหรัฐฯ จะเป็นผู้นำในตลาดโลกได้ในแง่ของรายได้⁵⁰

● กฎหมายที่เกี่ยวข้อง อาทิ

1) กฎหมายว่าด้วยความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity Information Sharing Act : CISA) ประกาศเป็นกฎหมายในปี 2558 โดยเป็นกฎหมายที่เพิ่มอำนาจภาครัฐในการขอตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อร่วมกันสร้างความปลอดภัยทางไซเบอร์ระหว่างรัฐบาลกลางและหน่วยงานที่มีใช้รัฐบาลกลาง⁵¹ ซึ่งกฎหมายฉบับนี้อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของภาคธุรกิจในการเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

2) กฎหมาย Clarifying Lawful Overseas Use of Data Act (CLOUD Act) ออกบัญญัติเป็นกฎหมายในปี 2561 โดยมีเป้าหมายเพื่อกำหนดสิทธิของรัฐบาลสหรัฐฯ ในการเข้าถึงข้อมูลที่จัดเก็บในระบบคลาวด์ แม้ว่าข้อมูลนั้นจะอยู่ในต่างประเทศ ซึ่งผู้ให้บริการระบบคลาวด์ อาทิ Microsoft, Google, Amazon ต้องมีมาตรการจัดการข้อมูลให้สอดคล้องกับกฎหมายข้ามพรมแดน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อบริษัทที่ให้บริการระบบคลาวด์ อาจต้องส่งมอบข้อมูลของลูกค้าให้รัฐบาลสหรัฐฯ แม้ว่าข้อมูลนั้นจะอยู่ในเซิร์ฟเวอร์ที่ต่างประเทศ ส่งผลให้อาจเกิดข้อขัดแย้งกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของประเทศอื่น การส่งมอบข้อมูลภายในที่เป็นความลับขององค์กรของลูกค้า และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลในระดับสากล⁵²

⁴⁸ U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA), “

⁴⁹ Statista. “Software - United States” เข้าถึงได้จาก <https://www.statista.com/outlook/tmo/software/united-states>

⁵⁰ Grand View Research. เข้าถึงได้จาก <https://www.grandviewresearch.com>

⁵¹ US Senate, ‘CYBERSECURITY ACT OF 2015’ เข้าถึงได้จาก

<https://www.intelligence.senate.gov/sites/default/files/legislation/Cybersecurity-Act-Of-2015.pdf>

⁵² Criminal Division, U.S. Department of Justice. “Cloud Act Resources” เข้าถึงได้จาก <https://www.justice.gov/criminal/cloud-act-resources>

- นโยบายสนับสนุนธุรกิจบริการดิจิทัลของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ

1) โครงการ Small Business Innovation Research (SBIR) และ Small Business Technology Transfer (STTR)⁵³ สนับสนุนเงินทุนแก่ธุรกิจขนาดเล็กเพื่อการพัฒนานวัตกรรม การทำวิจัยและพัฒนา (R&D) และการพัฒนาการให้บริการด้วยเทคโนโลยี ซึ่งจะช่วยส่งเสริมธุรกิจให้พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้สหรัฐฯ คงความเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรม

2) การส่งเสริมธุรกิจบริการดิจิทัลของสหรัฐฯ เพื่อรักษาบทบาทความเป็นผู้นำในธุรกิจบริการดิจิทัล โดยส่งเสริมนโยบายการค้าดิจิทัลในข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreements: FTAs) การผลักดันข้อตกลงการค้าเสรีด้านดิจิทัล (Digital Trade Agreements : DTA) สนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัล การไหลเวียนของข้อมูล ข้ามพรมแดน และการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในโลกออนไลน์

- การส่งเสริมการไหลเวียนของข้อมูลข้ามพรมแดน (Cross-Border Data Flows) อนุญาตให้ข้อมูลสามารถไหลเวียนระหว่างประเทศได้โดยเสรี ห้ามประเทศคู่ค้า กำหนดให้ต้องจัดเก็บข้อมูล (Data Localization) ในประเทศของตน ยกเว้นเพื่อความมั่นคงปลอดภัย ปกป้องธุรกิจดิจิทัลจากกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจข้ามพรมแดน ซึ่งตัวอย่างความตกลงสำคัญ อาทิ ข้อตกลงสหรัฐฯ-เม็กซิโก-แคนาดา (United States-Mexico-Canada Agreement: USMCA)

- การปกป้องสิทธิของธุรกิจและผู้บริโภคออนไลน์ โดยห้ามการกำหนดข้อบังคับที่ไม่เป็นธรรม ต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ คุ้มครอง ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้บริโภค (Data Privacy Protection) ห้ามการบังคับเปิดเผยซอร์สโค้ด (Source Code) หรือ อัลกอริทึม ของบริษัทเทคโนโลยีต่างชาติ อาทิ ใน US-Japan Digital Trade Agreement (DTA) ซึ่งสหรัฐฯ และญี่ปุ่นตกลงที่จะไม่บังคับให้บริษัทเทคโนโลยีต่างชาติเปิดเผยซอร์สโค้ดหรือ อัลกอริทึม เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

- การสนับสนุนอีคอมเมิร์ซและธุรกิจดิจิทัล (E-commerce & Digital Services Support) โดยละเว้นการจัดเก็บภาษีศุลกากรสำหรับผลิตภัณฑ์ดิจิทัล (เช่น ซอฟต์แวร์ เกม หนังสืออิเล็กทรอนิกส์) กำหนดให้อีคอมเมิร์ซต้องมีความโปร่งใสและปลอดภัย สนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้สามารถเข้าถึงตลาดดิจิทัลข้ามพรมแดน ตัวอย่างใน US-Singapore Digital Economy Partnership Agreement (DEPA) เน้นการพัฒนากฎระเบียบที่ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถค้าขายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ง่ายขึ้น

- บริษัทรายใหญ่ของสหรัฐฯ

สหรัฐฯ เป็นประเทศที่มีหลายบริษัทที่มีบทบาทสำคัญในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของโลก อาทิ

- บริษัท Microsoft⁵⁴ เป็นบริษัทเทคโนโลยีผู้พัฒนาแพลตฟอร์มรายใหญ่ของโลก โดยมีธุรกิจหลักสำคัญแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ระบบเซิร์ฟเวอร์และการให้บริการคลาวด์สำหรับลูกค้าธุรกิจ โดยมีธุรกิจหลักคือ Microsoft Azure ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการประมวลผลแบบคลาวด์ (2) สินค้าและบริการที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของบุคคลหรือองค์กร อาทิ Microsoft 365 ซึ่งประกอบไปด้วย Word, Excel, PowerPoint และ Outlook เป็นต้น อีกทั้งยังรวมไปถึง

⁵³ America's Seed Fund, U.S. Small Business Administration

⁵⁴ Microsoft. "ข้อมูลเกี่ยวกับไมโครซอฟท์" เข้าถึงได้จาก <https://news.microsoft.com/th-th/about-microsoft-th/>

แพลตฟอร์ม LinkedIn ซึ่งเป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ช่วยในการหางานและฝึกงาน⁵⁵ และ (3) สินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล ทั้งซอฟต์แวร์ เช่น Windows และฮาร์ดแวร์อื่นๆ เช่น แท็บเล็ต แล็ปท็อป และ Surface เป็นต้น

- บริษัท Apple Inc.⁵⁶ เป็นบริษัทผู้ผลิตทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ เน้นการให้บริการที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งานเป็นสำคัญ โดยเป็นผู้พัฒนาระบบปฏิบัติการ iOS, macOS, App Store (แหล่งรวบรวมแอปสำหรับลูกค้า Apple ในการใช้บริการหลากหลายที่ได้รับการตรวจสอบว่ามีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือของ Apple) ซึ่งบริการต่างๆ ต้องใช้งานผ่านอุปกรณ์ของ Apple เช่น iPhone และ iPad นอกจากนี้ บริษัทยังมีธุรกิจซอฟต์แวร์และการให้บริการดิจิทัลสำคัญ เช่น iCloud (บริการการจัดเก็บรูปภาพ ไฟล์ โน้ต รหัสผ่าน และข้อมูลอื่นๆ ไว้ในคลาวด์) Apple Music (บริการสตรีมเพลงแบบไม่มีโฆษณา โดยสามารถรับฟังได้ตลอดเวลาทั้งออนไลน์และออฟไลน์ สามารถสร้างเพลย์ลิสต์ของตนเองได้)

- บริษัท Oracle⁵⁷ เป็นผู้พัฒนาซอฟต์แวร์สำหรับองค์กร โดยเฉพาะระบบฐานข้อมูล ระบบบริหารงานทรัพยากรขององค์กร (Enterprise Resource Planning: ERP) และบริการคลาวด์ โดยบริการซอฟต์แวร์ที่เป็นที่รู้จัก เช่น Java ซึ่งเป็นภาษาสำหรับการพัฒนาโปรแกรมสำคัญ Oracle Database ซึ่งองค์กรจำนวนมากได้นำมาใช้ โดยมีจุดเด่นในเรื่องความยืดหยุ่นที่สามารถปรับขนาดตามความต้องการของผู้ใช้ได้ มีความปลอดภัยสูง สามารถจัดการฐานข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยตัวอย่างบริษัทที่มีชื่อเสียงในการใช้บริการของ Oracle เช่น Netflix, LinkedIn

นอกจากบริษัทข้างต้นแล้ว สหรัฐฯ ยังมีบริษัทชั้นนำในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลอีกจำนวนมาก เช่น (1) Amazon ผู้ให้บริการคลาวด์ (AWS) แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (Amazon.com) และบริการดิจิทัล เช่น Alexa, Prime Video (2) Meta (Facebook, Inc.) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ Facebook, Instagram, WhatsApp และแพลตฟอร์มโฆษณาดิจิทัล (3) Google (Alphabet Inc.) เป็นบริษัทที่มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย อาทิ แพลตฟอร์ม Search Engine ในชื่อ Google Search, ระบบปฏิบัติการ Android ซึ่งเป็นที่นิยมของนักพัฒนาในการพัฒนาโปรแกรม, Google Cloud และซอฟต์แวร์ AI เช่น Gemini ซึ่งทำหน้าที่เสมือนผู้ช่วยส่วนตัว (4) Salesforce ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) และแพลตฟอร์มธุรกิจบนคลาวด์ (5) Adobe ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์สำหรับงานกราฟิก (Photoshop, Illustrator) การตลาดดิจิทัล และคลาวด์ (6) Netflix ผู้ให้บริการสตรีมมิงภาพยนตร์และซีรีส์ทางอินเทอร์เน็ตรายใหญ่ของโลก

7.2 สหภาพยุโรป (EU)

● ภาพรวมตลาดภายในประเทศ

ตลาด IT Services ใน EU คาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยในปี 2568 คาดว่ามูลค่าตลาดบริการ IT ที่วัดจากรายได้จะมีประมาณ 4.80 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจาก IT Sourcing ซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่า 1.93 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นธุรกิจหลักในการขับเคลื่อน และจะมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 5.28

⁵⁵ LinkedIn. “LinkedIn คืออะไร”, เข้าถึงได้จาก <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a548441?lang=th-TH>

⁵⁶ Apple. เข้าถึงได้จาก <https://www.apple.com/th/>

⁵⁷ Oracle. เข้าถึงได้จาก <https://www.oracle.com/th/corporate/>

(ปี 2568-2572) ในส่วนของตลาดซอฟต์แวร์พบว่า มูลค่าตลาดซอฟต์แวร์ที่วัดจากรายได้คาดว่าจะถึง 1.67 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 โดยมีบริษัทซอฟต์แวร์ ซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่า 7.06 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐเป็นส่วนหลักในการขับเคลื่อนตลาด มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 4.86 (ปี 2568-2572) และมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 2.01 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2572⁵⁸ และในส่วนของดิจิทัลคอนเทนต์ ในปี 2566 มีมูลค่าตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ที่วัดจากรายได้ถึง 6.47 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 14.6 (ปี 2568-2573) ทำให้ในปี 2573 คาดว่ามูลค่าตลาดจะสูงถึง 1.64 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ⁵⁹

● กฎหมายที่เกี่ยวข้อง อาทิ

1) The Digital Services Act (DSA) กฎหมายควบคุมธุรกิจให้บริการดิจิทัล เช่น แพลตฟอร์มโซเชียลเน็ตเวิร์ค แพลตฟอร์ม market places และแพลตฟอร์มท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัย และสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เปิดกว้างและเป็นธรรม โดยผู้ให้บริการดิจิทัลขนาดใหญ่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายนี้ เช่น ตรวจสอบแพลตฟอร์มของตนว่าไม่มีสิ่งผิดกฎหมาย และลบคอนเทนต์ที่ผิดกฎหมายอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ บริษัทแพลตฟอร์มขนาดเล็กที่มีผู้ให้บริการน้อยกว่า 45 ล้านคนต่อเดือน จะได้รับการยกเว้นจากกฎหมายดังกล่าว เพื่อเปิดโอกาสให้สามารถแข่งขันกับบริษัทใหญ่ได้⁶⁰

2) Digital Markets Act (DMA) กฎหมายที่ป้องกันการผูกขาดทางธุรกิจของบริษัทใหญ่ด้านเทคโนโลยี (Gatekeeper) เช่น Amazon, Apple, และ Microsoft ที่มีสินค้าหรือบริการเข้าข่ายตามที่กฎหมาย DMA กำหนดไว้ อาทิ โซเชียลเน็ตเวิร์ค แพลตฟอร์มตัวกลาง และเว็บเบราว์เซอร์ เป็นต้น เพื่อสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรม และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการใหม่ๆ สามารถแข่งขันได้ โดยบริษัทใหญ่ที่มีอิทธิพลในให้บริการบนโลกดิจิทัลหรือ Gate keepers ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เช่น ยินยอมให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตนเองได้ และในกรณีของบริษัทใหญ่ที่ให้บริการโฆษณา ต้องให้ข้อมูลที่โปร่งใสแก่บริษัทที่ใช้บริการ⁶¹

3) กฎหมายภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ฉบับใหม่ของสหภาพยุโรป โดยปรับปรุงกฎหมายเพื่อให้การจัดเก็บภาษีทางการค้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง โดยข้อแก้ไขที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น (1) ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ในสหภาพยุโรปที่ขายสินค้าไปยังประเทศสมาชิก โดยมียอดภาษีมูลค่าเพิ่มในแต่ละปีไม่เกิน 10,000 ยูโร จัดเป็นการซื้อขายที่เกิดขึ้นภายในประเทศของผู้ประกอบการ และให้ผู้ประกอบการสามารถชำระภาษีที่หน่วยงานภาษีของประเทศตนได้ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ธุรกิจขนาดเล็กขนาดกลาง และธุรกิจ Start ups ลดต้นทุนในการจดทะเบียนเป็นผู้เสียภาษีมูลค่าเพิ่ม และ (2) ยกเลิกการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มหากสินค้ามีมูลค่าต่ำกว่า 22 ยูโร เพื่อให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรมระหว่างสินค้าในสหภาพยุโรปและสินค้าที่มาจากนอกสหภาพยุโรป เป็นต้น⁶²

⁵⁸ Statista, IT Services - Europe เข้าถึงได้จาก <https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/europe>

⁵⁹ Grand View Research, “Europe Digital Content Creation Market Size & Outlook” เข้าถึงได้จาก <https://www.grandviewresearch.com>

⁶⁰ กรรมาธิการยุโรป, “The Digital Services Act” เข้าถึงได้จาก <https://commission.europa.eu/>

⁶¹ Techsauce, “ส่องกฎใหม่ EU Digital Markets Act (DMA) คุม Big Tech ผูกขาดตลาดดิจิทัล งานนี้ใครได้ใครเสีย” เข้าถึงได้จาก <https://techsauce.co/news/new-rule--dma-for-big-tech>

⁶² สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลล์, “CPMU Customs Policy Monitoring Unit” เข้าถึงได้จาก <https://brussels.customs.go.th>

● นโยบายสนับสนุนธุรกิจบริการดิจิทัลของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1) มาตรการสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพ และผู้ประกอบการ SMEs ด้านปัญญาประดิษฐ์ โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงเครือข่ายของคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพสูงหรือซูเปอร์คอมพิวเตอร์สำหรับ AI โดยเฉพาะ รวมถึงการส่งเสริมการลงทุน และการพัฒนาบุคลากร อาทิ (1) การเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่บุคคลมีศักยภาพสูง โดยการฝึกอบรม เสริมสร้างและพัฒนาทักษะใหม่ๆ ในด้าน Generative AI (2) จัดตั้ง One-Stop Shop สำหรับ Start Ups และนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนการเริ่มต้นด้าน AI และการพัฒนาซอฟต์แวร์ และ (3) โครงการ ‘GenAI4EU’ เพื่อสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพ และผู้ประกอบการ SMEs ในการพัฒนาการใช้งานนวัตกรรมและแอปพลิเคชันเกิดใหม่ในระบบนิเวศอุตสาหกรรม 14 ประเภทของยุโรป⁶³

2) โครงการ Digital Europe ประกอบด้วย 3 โครงการย่อย ได้แก่ (1) โครงการหลัก (Main Work Programme) โครงการที่เน้นการลงทุนในสาขาดิจิทัล เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เทคโนโลยีคลาวด์ และเทคโนโลยีการจัดเก็บข้อมูล และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในทุกภาคส่วน รวมถึงลงทุนในการพัฒนาศักยภาพเชิงดิจิทัลให้แก่กลุ่ม SMEs (2) โครงการด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ลงทุนในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขั้นสูง พัฒนาทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ และสนับสนุนโซลูชันรักษาความปลอดภัยที่ล้ำสมัยในตลาดของ EU และ (3) โครงการศูนย์นวัตกรรมดิจิทัลแห่งยุโรป (European Digital Innovation Hubs) เพื่อจัดตั้งเครือข่ายนวัตกรรมดิจิทัลแห่งยุโรป ให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และช่วยเหลือทุกภาคส่วนในการเข้าถึงการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล⁶⁴

3) แผนยุทธศาสตร์ Digital Single Market โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการและประชาชนสามารถเข้าถึงกิจกรรมบนโลกออนไลน์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการภายใต้เงื่อนไขความเป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้า การปกป้องสิทธิของผู้บริโภค และการขจัดอุปสรรคการเข้าถึงกิจกรรมบนโลกออนไลน์ด้วยเหตุผลทางภูมิศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย 2 นโยบายหลัก ได้แก่ (1) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อเครือข่ายและบริการดิจิทัล เช่น การวิเคราะห์บทบาทของ e-platform โดยพิจารณาถึงความโปร่งใสและการจัดการเนื้อหาผิดกฎหมายบนอินเทอร์เน็ต และความเป็นหุ้นส่วนกับผู้ประกอบการเพื่อความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ (Cybersecurity) และ (2) เศรษฐกิจและสังคม โดยมีกลยุทธ์เพื่อใช้ศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจดิจิทัลให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนในสหภาพยุโรป เช่น การสนับสนุนให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสังคมดิจิทัล นอกจากนี้ แผนยุทธศาสตร์ e-government plan ได้มีการตั้งเป้าหมายเชื่อมโยงทะเบียนบริษัททั่วทั้งยุโรป เพื่อให้ระบบของแต่ละประเทศทำงานร่วมกันได้⁶⁵

⁶³ สำนักงานที่ปรึกษาด้านอุตสาหกรรมในต่างประเทศ ประจำกรุงเวียนนา, “สหภาพยุโรปเปิดตัวชุดมาตรการสนับสนุน Startups และ SMEs ด้านปัญญาประดิษฐ์” เข้าถึงได้จาก <https://thaiindustrialoffice.wordpress.com>

⁶⁴ กรมนยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ, “EU ทุ่มทุน 1.98 พันล้านยูโรภายใต้โครงการ Digital Europe เพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล” เข้าถึงได้จาก <https://europetouch.mfa.go.th>

⁶⁵ สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์, “CPMU Customs Policy Monitoring Unit” เข้าถึงได้จาก <https://brussels.customs.go.th>

- บริษัทรายใหญ่ในสหภาพยุโรป

- บริษัท SAP SE (SAP)⁶⁶ บริษัทผู้นำซอฟต์แวร์ระดับโลกของประเทศเยอรมันให้บริการโซลูชันซอฟต์แวร์บริหารจัดการ การดำเนินงาน (Operations) และความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relations) สำหรับองค์กร เช่น แพลตฟอร์ม SAP S/4HANA, SAP SuccessFactors และ SAP Business Technology Platform โดยบริษัทถือครองส่วนแบ่งตลาดซอฟต์แวร์ Enterprise Resource Planning (ERP) มากที่สุดในโลก มีรายได้หลักจาก 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การประมวลผลคลาวด์ (Cloud Computing) สัญญาอนุญาตซอฟต์แวร์ (Software licenses and support) และบริการ (Services)

- บริษัท Spotify Technology S.A.⁶⁷ เป็นบริษัทผู้ให้บริการสตรีมมิงเพลง พอดแคสต์ และวิดีโอยอดนิยมทั่วโลก ในชื่อแพลตฟอร์ม Spotify จากประเทศสวีเดน โดยจุดเด่นของแพลตฟอร์มคือ การสร้างประสบการณ์ส่วนตัวสำหรับผู้ใช้งาน เช่น ระบบเก็บข้อมูลการฟังเพลงเพื่อเสนอแนวเพลงที่ตรงกับรสนิยมของผู้ใช้งาน รวมถึงแคมเปญ Spotify Wrapped ที่รวบรวมสถิติการใช้บริการทั้งหมดในแต่ละปี และแสดงให้เห็นได้ว่าใช้งานบริการใดบ้าง

- บริษัท Klarna Bank AB⁶⁸ เป็นบริษัทผู้ให้บริการเทคโนโลยี Fintech จากประเทศสวีเดน ซึ่งให้บริการระบบสำหรับชำระเงินในแพลตฟอร์ม e-commerce และธุรกิจออนไลน์หลากหลายแบรนด์ เช่น Nike, Adidas และ IKEA จุดเด่นของบริษัท คือ แนวคิดการให้บริการแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (BNPL) โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมหรือดอกเบี้ย ให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกรูปแบบการจ่ายเงินได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) จ่ายเงินได้ภายใน 30 วัน หลังจากได้รับสินค้า (2) ผ่อนชำระ 4 งวดแบบไม่คิดดอกเบี้ย และ (3) ให้สินเชื่อจ่ายค่าสินค้า โดยมีอัตราดอกเบี้ยเริ่มต้นที่ร้อยละ 7.99

7.3 ญี่ปุ่น

- ภาพรวมตลาดภายในประเทศ

ตลาดธุรกิจบริการ IT คาดว่าจะมีรายได้ถึง 9.58 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 มีอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ร้อยละ 5.23 ในปี 2568-2572 จนทำให้มูลค่าตลาดสูงถึง 1.18 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2572 ในส่วนของตลาดซอฟต์แวร์ พบว่ามีมูลค่าถึง 2.4 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และอาจจะมีมูลค่าถึง 3.37 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2576 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 4 (ปี 2568-2576) เป็นผลจากความก้าวหน้าอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีในประเทศ เช่น AI, Machine Learning, Blockchain และ Cloud Computing ซึ่งช่วยกระตุ้นความต้องการในโซลูชันซอฟต์แวร์ที่ล้ำสมัยและพัฒนาขึ้นใหม่ อันเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของตลาดและตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) มีรายได้ 1.43 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 คาดว่าจะมีรายได้ถึง

⁶⁶ Liberator, “สรุปหุ้น SAP SE (SAP): ผู้นำด้านซอฟต์แวร์องค์กรระดับโลก” เข้าถึงได้จาก <https://www.liberator.co.th/article/view/us-stock-sapse>

⁶⁷ Spotify เข้าถึงได้จาก <https://support.spotify.com/th-th/article/what-is-spotify/>

⁶⁸ Stripe, “Klarna: คู่มือเชิงลึก” เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.at/95Qlo> และ ลงทุนแมน, “ยูนิคอร์นใหญ่ที่สุดในทวีปยุโรป ทำธุรกิจอะไร?”, เข้าถึงได้จาก <https://www.longtunman.com/28491>

3.24 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2573 และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 14.8 (ปี 2568-2573) โดยมีนิเมะและมังงะเป็นอิทธิพลหลักของตลาด

- กฎหมายที่เกี่ยวข้อง อาทิ

1) กฎหมาย The Act on Promotion of Competition for Specified Smartphone Software (SSCPA) กฎหมายสนับสนุนการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการให้บริการซอฟต์แวร์ของสมาร์ทโฟน (อาทิ App stores, Browser และ Search Engine) โดยป้องกันการผูกขาดทางการค้าจากผู้ให้บริการขนาดใหญ่ เช่น อนุญาตให้นักพัฒนาแอปพลิเคชันสามารถเลือกใช้แพลตฟอร์มชำระเงินได้ตามต้องการ แทนการบังคับใช้แพลตฟอร์มชำระเงินดั้งเดิม เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย และสร้างตัวเลือกให้กับผู้บริโภค กฎหมายดังกล่าวจะบังคับใช้โดย The Japan Fair Trade Commission (JFTC) ภายในเดือนธันวาคม ปี 2568⁶⁹

2) กฎหมาย the Act on Improving Transparency and Fairness of Digital Platforms (TFDPA) กฎหมายควบคุมธุรกิจที่ใช้แพลตฟอร์มในการให้บริการ เริ่มแรกบังคับใช้เพียงการให้บริการ App stores และแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ ต่อมากฎหมายดังกล่าวจะมีการบังคับใช้ครอบคลุมไปในส่วนของการให้บริการโฆษณา ดิจิทัลด้วย โดยมีข้อกำหนดให้ผู้บริการแพลตฟอร์มปฏิบัติตามกฎ อาทิ การเปิดเผยเงื่อนไขข้อมูลในการให้บริการ การรักษาความเป็นส่วนตัวในการดำเนินการดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการส่งรายงานการดำเนินการแพลตฟอร์มให้กับรัฐมนตรี MTI ทบทวนประจำปี เป็นต้น⁷⁰

3) พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2513 (ค.ศ. 1970) กฎหมายที่ว่าด้วยการคุ้มครองลิขสิทธิ์ของงานประเภทต่างๆ อาทิ งานสิ่งบันทึกเสียง งานภาพถ่าย งานภาพยนตร์ และงานแพร่เสียงแพร่ภาพโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งถือเป็นงานที่รวมอยู่ในธุรกิจประเภทดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) ⁷¹

- นโยบายสนับสนุนธุรกิจบริการดิจิทัลของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1) นโยบายให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมให้ผู้ทีลาออกจากบริษัทเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพ (Start Up) โดยปรับปรุงจากกฎหมายประกันการจ้างงาน ซึ่งจะขยายสิทธิ์ผู้ว่างงานที่ได้รับเงินช่วยเหลือจากรัฐ จากระยะเวลา 1 ปี เป็นระยะเวลา 3 ปี เพื่อสนับสนุนให้ผู้ว่างงานนำเงินมาประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ รวมถึงธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล โดยกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีการลงทุนสูงสุด คือ กลุ่มธุรกิจเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) กลุ่มธุรกิจให้บริการซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชันผ่านทางอินเทอร์เน็ต (SaaS: Software as a service) หรือการให้บริการผ่านระบบคลาวด์ (Cloud) และกลุ่มธุรกิจการให้บริการทางด้านสุขภาพ (Healthcare) ⁷²

2) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการผลิตรถยนต์ที่กำหนดโดยซอฟต์แวร์ (Software Defined Vehicle: SVD) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการบำรุงรักษาซอฟต์แวร์ในรถยนต์ โดยรัฐบาลญี่ปุ่นจะส่งเสริมผู้ผลิตภายในประเทศ ทั้งในด้านการกำหนดมาตรฐานซอฟต์แวร์ การพัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการวิจัย

⁶⁹ FiscalNote, “Digital Transformation in Japan: Navigating Digital Policy Trajectory Amid an Evolving Political Landscape” เข้าถึงได้จาก www.fiscalnote.com

⁷⁰ Ministry of Economy, Trade and Industry (METI), “Act on Improving Transparency and Fairness of Digital Platforms (TFDPA)” เข้าถึงได้จาก <https://www.meti.go.jp/>

⁷¹ กรมทรัพย์สินทางปัญญา, กฎหมายลิขสิทธิ์- ประเทศไทย ญี่ปุ่น เข้าถึงได้จาก https://www.ipthailand.go.th/images/781/L_japan_4_copyright.pdf

⁷² Close-Up Thailand, “ตามไปดู ญี่ปุ่นเขาช่วยเหลือธุรกิจสตาร์ทอัพ (Start up) อย่างไร” เข้าถึงได้จาก <https://www.closeupthailand.com>

และพัฒนาเซมิคอนดักเตอร์สำหรับรถยนต์ คาดว่ามูลค่าตลาดสำหรับแอปพลิเคชันและบริการสำหรับรถยนต์ที่ใช้ซอฟต์แวร์จะสูงถึง 100 ล้านล้านเยน ภายในปี 2574 นอกจากนี้ รัฐบาลยังตั้งเป้าหมายให้ผู้ผลิต SVD ในประเทศมีส่วนแบ่งทางการตลาดทั่วโลกร้อยละ 30 ภายในปี 2573⁷³

3) โครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการใช้ AI แปลการตูนญี่ปุ่น เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรม Content Industry โดยสนับสนุนเงินลงทุนกับธุรกิจสตาร์ทอัพที่พัฒนาเทคโนโลยีการแปลภาษาสำหรับการ์ตูนโดยใช้ AI เป็นจำนวน 2,920 ล้านเยน และมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มการส่งออกการ์ตูนญี่ปุ่นให้มากขึ้น 3 เท่า ในระยะเวลา 5 ปี⁷⁴

4) โครงการ Generative AI Accelerator Challenge (GENIAC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของประเทศในการพัฒนาโมเดลพื้นฐานเกี่ยวกับ Generative AI โดยภาครัฐจะสนับสนุนกิจกรรมในด้านต่างๆ อาทิ ทรัพยากรในด้านการคำนวณและประเมินผล สร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างบริษัทผู้พัฒนาและผู้ถือข้อมูล สนับสนุนความร่วมมือกับบริษัทเทคโนโลยีระดับโลก เป็นต้น นอกจากนี้ โครงการจะมีการคัดเลือกผู้ประกอบการในประเทศ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาซอฟต์แวร์และฝึกอบรมในหัวข้อต่างๆ อาทิ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา และวิธีประเมินประสิทธิภาพซอฟต์แวร์ เป็นต้น⁷⁵

5) มาตรการเพิ่มสิทธิประโยชน์ในรูปแบบการลดการเก็บภาษีจากรายได้ที่มาจากทรัพย์สินทางปัญญา โดยกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (METI) ของญี่ปุ่น ได้เสนอมมาตรการลดภาษีรายได้ที่มาจากทรัพย์สินทางปัญญา เช่น สิทธิบัตร และซอฟต์แวร์ต่างๆ เพื่อเอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ในประเทศ มีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มผู้ประกอบการที่มีรายได้จากใบอนุญาตหรือทรัพย์สินทางปัญญา หรือกลุ่มที่มีรายได้จากการขายสินค้าที่ผูกกับสิทธิบัตร เช่น การให้บริการที่ใช้ซอฟต์แวร์แบบมีลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ยังเสนอการนำค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาให้สามารถใช้ในการลดหย่อนภาษีได้ด้วย⁷⁶

6) โครงการสนับสนุนงบประมาณการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล (Data Center) โดยกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (METI) ของประเทศญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการกระจายศูนย์ข้อมูลทั่วประเทศ บริษัทที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการสนับสนุนงบประมาณครั้งหนึ่งในการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล ปัจจุบันศูนย์ข้อมูลร้อยละ 80 ของญี่ปุ่นจัดตั้งอยู่ในโตเกียวและโอซาก้า และมีแผนดำเนินการที่จะเพิ่มศูนย์ข้อมูลไปภูมิภาคอื่นๆ ในอนาคต⁷⁷

7) กลยุทธ์ New Cool Japan โดยเป็นการพัฒนาจากนโยบายเดิม “Cool Japan” ในสมัยรัฐบาลของนายชินโซ อาเบะ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศญี่ปุ่น เช่น ดนตรี เกม การ์ตูน และอาหาร ซึ่งกลยุทธ์ New Cool Japan ในยุคของนายคิชิดะ ฟูมิโอะ (นายกรัฐมนตรีญี่ปุ่นปัจจุบัน) ได้ตั้งเป้าหมายขยายตลาดในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น โดยหวังเพิ่มรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านล้านเยน หรือ 129,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

⁷³ สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรม ประจำประเทศญี่ปุ่น, “ญี่ปุ่นกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมรถยนต์ที่กำหนดโดยซอฟต์แวร์ (Software-Defined Vehicle)”

⁷⁴ สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรม ประจำประเทศญี่ปุ่น, “สำนักพิมพ์ญี่ปุ่นร่วมลงทุนกับสตาร์ทอัพในการใช้ AI แปลการ์ตูนเพื่อตลาดต่างประเทศ”

⁷⁵ สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรม ประจำประเทศญี่ปุ่น, “รัฐบาลญี่ปุ่นผลักดันโครงการพัฒนาเทคโนโลยี Generative AI”

⁷⁶ สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรม ประจำประเทศญี่ปุ่น, “ญี่ปุ่นเล็งลดการเก็บภาษีที่เกิดจากทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อกระตุ้นการลงทุนและพัฒนางานวิจัย”

⁷⁷ สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรม ประจำประเทศญี่ปุ่น, “รัฐบาลญี่ปุ่นให้เงินอุดหนุน 3 หมื่นล้านแก่บริษัท Softbank สำหรับโครงการ Data Center แห่งใหม่ที่ฮอกไกโด”

ภายในปี 2569 อีกทั้งยังขยายเป้าหมายของ Cool Japan ไปยังอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น คอนเทนต์ที่เป็นญี่ปุ่น และสินค้าเกษตรญี่ปุ่น เพื่อขยายรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 50 ล้านล้านเยนต่อปี ภายในปี 2569⁷⁸

- **บริษัทรายใหญ่**

- บริษัท ADK Holdings Inc.⁷⁹ เป็นบริษัทเกี่ยวกับสื่อโฆษณาและคอนเทนต์รายใหญ่ชั้นนำของญี่ปุ่น โดยมีบริษัทในเครือ 3 บริษัท ได้แก่ ADK Marketing Solutions Inc., DK Creative One Inc. และ ADK Emotions Inc. โดยเป็นผู้ให้บริการการตลาดแบบครบวงจรแก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ และเป็นผู้จัดตั้ง "ADK CONNECT" หน่วยธุรกิจให้บริการโซลูชันดิจิทัลครบวงจรที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อวางแผนและสร้างแคมเปญ โดยมีสำนักงานในเมืองต่าง ๆ เช่น สิงคโปร์ กรุงเทพฯ และเซี่ยงไฮ้ นอกจากนี้ บริษัท ADK Emotions Inc. ได้รับสิทธิ์ในการจัดการและโปรโมตคาแรกเตอร์ "คุ่มมิง" มาสคอตที่มีชื่อเสียงประจำจังหวัดคุมาโมโตะด้วย

- SoftBank Group Corp.⁸⁰ เป็นบริษัทการลงทุนและการสื่อสารรายใหญ่ของญี่ปุ่น โดยดำเนินธุรกิจ เช่น จำหน่ายเทคโนโลยีซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์สำหรับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC) จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ การให้บริการบรอดแบนด์ทั้งในและต่างประเทศ มีผู้ร่วมลงทุนคือ Yahoo Japan ซึ่งมีธุรกิจหลักคือ โฆษณาออนไลน์ อีคอมเมิร์ซ และบริการการเงิน

- Sony Interactive Entertainment LLC⁸¹ เป็นบริษัทสำหรับจำหน่ายวิดีโอเกมทั้งในส่วนของเกมซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ ซึ่งเป็นบริษัทลูกของ Sony Corporation ผู้ผลิตเครื่องเล่นเกม Play Station ที่ได้รับความนิยมสูง ซึ่งปัจจุบันได้จำหน่ายถึงรุ่นที่ 5 (Play Station 5) มียอดขายถึง 74.9 ล้านเครื่องทั่วโลกในปี 2567 รวมทั้งมีบริการเครือข่ายเกมออนไลน์ PlayStation Network ซึ่งมีผู้ใช้งานรายเดือน 129 ล้านคนในปี 2567

7.4 สรุปสาระสำคัญจากกรณีศึกษา 3 ประเทศผู้นำในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

ในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล ภาครัฐของทั้ง 3 ประเทศมีแนวทางและกลยุทธ์ร่วมกัน สรุปได้ ดังนี้ (1) การมีกฎหมายทั้งในด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการจัดการข้อมูลข้ามพรมแดนควบคู่ไปกับกฎหมายการส่งเสริมให้เกิดการค้าที่เสรีและเป็นธรรมของทุกธุรกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ (2) การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กมีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล (3) การส่งเสริมระบบนิเวศที่ก่อให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมและการพัฒนาให้เกิดเศรษฐกิจดิจิทัล (4) การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในโลกออนไลน์ เช่น การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และ (5) การส่งเสริมการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการทั้งในด้านเงินทุนและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

⁷⁸ รวบรวมจาก <https://www.thairath.co.th>, <https://www.matichon.co.th> และ <https://thacca.go.th>

⁷⁹ ADK Holdings Inc. เข้าถึงจาก <https://www.adk.jp/en/>, Brandbuffet, “ADK ญี่ปุ่นเปิดตัว “ADK CONNECT” รุกให้บริการ Digital Marketing ในไทยและเอเชีย” เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.at/glqSC>

⁸⁰ Tradingview เข้าถึงได้จาก <https://th.tradingview.com/symbols/TSE-9984/>

⁸¹ Sony Interactive Entertainment เข้าถึงได้จาก <https://sonyinteractive.com/en/our-company/>

8. การดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของไทย

8.1 การดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของภาครัฐไทย

8.1.1 นโยบายของรัฐบาล

รัฐบาลมีนโยบายต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) จากความเข้มแข็งเดิมในอุตสาหกรรมดิจิทัล เช่น การผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การผลิตฮาร์ดดิสก์ ให้เป็นอุตสาหกรรมดิจิทัลสมัยใหม่ที่ดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศเพื่อตั้ง Data Center และโรงงานผลิตชิปและซีพียู และผลิต Semiconductor ในประเทศไทย โดยเฉพาะการส่งเสริมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างสรรค์นวัตกรรม นำประเทศสู่ความล้ำสมัย

8.1.2 แผนยุทธศาสตร์ชาติ

แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ในการเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมและบริการ สร้างแพลตฟอร์มสำหรับเศรษฐกิจในอนาคตและเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับประชาชนโดยการสร้างอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนประเทศไทยและส่งเสริมการลงทุนระหว่างภาครัฐภาคเอกชนไทย และบริษัทชั้นนำของโลก

8.1.3 หน่วยงานหลักในการจัดทำแผนนโยบายดิจิทัลระดับชาติ

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สดช.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นหน่วยงานในการจัดทำนโยบายระดับชาติ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศด้านดิจิทัล และการขับเคลื่อนประเทศเศรษฐกิจดิจิทัล

8.1.4 หน่วยงานสนับสนุนในการขับเคลื่อนนโยบาย

- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Promotion Agency: depa)

มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน Digital Startup โดยในบางส่วนจะอยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) เช่น

- 1) มาตรการดำเนินการสนับสนุนให้ Digital Startup และกลุ่มผู้ประกอบการนวัตกรรมและเทคโนโลยี เข้าถึงการจดทะเบียนสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาในแต่ละปีไม่น้อยกว่า 200 ราย
- 2) มาตรการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดย depa ไม่ใช่ผู้ให้เงินทุน แต่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยร่วมมือกับบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
- 3) มาตรการส่งเสริมการลงทุน depa ร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับนโยบายและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการลงทุน
- 4) มาตรการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการซอฟต์แวร์และดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและยืนยันการมีตัวตน

5) มาตรการช่วยเหลือหรือการอุดหนุนเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital Startup Fund) โดยให้เงินทุนสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล Startup จำแนกออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) เงินทุนสนับสนุนการจัดทำแผนเบื้องต้น (Conceptional Plan) ในการเป็นวิสาหกิจเริ่มต้น (Start Up) ประเภท อุตสาหกรรมดิจิทัล (2) เงินทุนส่งเสริมการลงทุนและประกอบกิจการวิสาหกิจเริ่มต้นธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัลในระยะ ก่อตั้งธุรกิจ (3) เงินทุนสนับสนุนการลงทุนและการประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัลในระยะ เติบโต และมีเป้าหมายเพื่อขยายธุรกิจ (Scale Up) โดยจะมีการสนับสนุนเงินทุนทั้งแบบให้เปล่า (Grant) และแบบมี เงื่อนไข⁸²

6) มาตรการคูปองดิจิทัลเพื่อขยายตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล (Internationalization Voucher) มาตรการส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐ สถาบันเฉพาะทางของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรเอกชน สถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) บุคคลธรรมดา โดยเป็นลักษณะการให้เงินเปล่า (Grant) สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศเพื่อขยายตลาดของธุรกิจ อุตสาหกรรมดิจิทัล ในวงเงินไม่เกิน 150,000 บาท⁸³

7) มาตรการส่งเสริมสนับสนุนด้านภาษี 200% เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ปรับเปลี่ยนสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ให้สิทธิประโยชน์ผู้ประกอบการ SMEs ในการซื้อโปรแกรม คอมพิวเตอร์ บริษัทสามารถหักรายจ่ายได้ 2 เท่า ในส่วนที่ไม่เกิน 100,000 บาท ได้แก่ ค่าจ้างทำโปรแกรม (Software) และค่าใช้บริการโปรแกรม โดยมีเงื่อนไขว่าต้องซื้อจากผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์ที่ขึ้นทะเบียนกับ depa เท่านั้นและผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์ต้องเป็นผู้ประกอบการด้านการพัฒนาหรือให้บริการโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนสู่เศรษฐกิจดิจิทัลและสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการโปรแกรมคอมพิวเตอร์และผู้ให้บริการ คอมพิวเตอร์ให้เข้าสู่มาตรการและขึ้นทะเบียนกับ depa อย่างถูกต้อง⁸⁴

● หน่วยงานภายใต้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

1. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติหรือ สวทช. (National Science and Technology Development Agency: NSTDA) สนับสนุน 4 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรและอาหาร พลังงาน วัสดุ และเคมีชีวภาพ สุขภาพและการแพทย์ ดิจิทัลและอิเล็กทรอนิกส์⁸⁵ เช่น

1) มาตรการเงินร่วมลงทุนในธุรกิจเทคโนโลยี โดย สวทช. เป็นผู้ร่วมลงทุนด้านเทคโนโลยีและ จะถอนการลงทุนในระยะเวลาที่ตกลงหรือบริษัทไม่จำเป็นต้องพึ่งพา สวทช. อีกต่อไป รวมถึงส่งเสริมการกำกับดูแล กิจการ และแนะนำแหล่งเงินทุนอื่นเพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ

⁸² สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. <https://www.depa.or.th>

⁸³ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. <https://www.depa.or.th>

⁸⁴ สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย (DCT)

⁸⁵ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, แผนกลยุทธ์ สวทช. ฉบับทบทวนที่ 7.1 (พ.ศ. 2566 – 2570) ฉบับย่อ, เข้าถึงจาก

<https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2022/20221024-NSTDA-Strategy-7-1-Digest-2.pdf>

2) มาตรการการรับรองธุรกิจเทคโนโลยีเพื่อยกเว้นภาษีเงินได้ สนับสนุนธุรกิจเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งใช้เทคโนโลยีเป็นฐานในการผลิตหรือบริการ ให้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี⁸⁶

2. ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (National Electronics and Computer Technology Center: NECTEC) สนับสนุนกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์เป็นหลัก โดยให้ความร่วมมือกับทั้งภาครัฐและเอกชน ในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและถ่ายทอดให้กับหน่วยงานที่สนใจ รวมถึงพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานต่างๆ ในด้านการใช้เทคโนโลยี เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของการแข่งขันของประเทศ⁸⁷

3. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (National Innovation Agency: NIA) ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการทั้งในด้านสนับสนุนเงินทุน องค์ความรู้นวัตกรรม พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในด้านธุรกิจและนวัตกรรม และรับรองบริษัทเป้าหมายซึ่งประกอบกิจการที่รัฐต้องการสนับสนุน (Capital Gains Tax) ซึ่งครอบคลุมถึงธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ⁸⁸

- **สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment: BOI)**

ส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมดิจิทัลซึ่งครอบคลุมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ซอฟต์แวร์และบริการดิจิทัล จัดอยู่ในอุตสาหกรรม New S-curve ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (กลุ่ม A1-A3) เช่น⁸⁹

1) มาตรการพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยี ให้สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมกับการลงทุนเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีเป้าหมาย (Core Technologies) ซึ่งรวมถึงเทคโนโลยีดิจิทัล โดยยกเว้นภาษีสินค้าที่นำเข้าเพื่อใช้ในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการทดสอบที่เกี่ยวข้อง ได้ครั้งละ 1 ปี สูงสุด 13 ปี

2) มาตรการส่งเสริมการลงทุนใน EEC โดยธุรกิจพัฒนาและสนับสนุนเทคโนโลยีกลุ่ม A1-A3 จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล (CIT) 12 ปี และลดหย่อนร้อยละ 50 เป็นเวลา 5 ปี

- **สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.)**

เป็นหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการลงทุนและการอำนวยความสะดวกด้านการติดต่อดำเนินธุรกิจของโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) ครอบคลุมการพัฒนาพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา โดยมีแผนการพัฒนาพื้นที่ อีอีซี ประกอบด้วยแผนปฏิบัติการการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน แผนปฏิบัติการการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล แผนปฏิบัติการการพัฒนาศูนย์กลางธุรกิจ และศูนย์กลางการเงิน แผนปฏิบัติการการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมาย แผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนปฏิบัติการการพัฒนาบุคลากร การศึกษา การวิจัย และเทคโนโลยี โดยในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก มี 2 เขตสำคัญ ที่ส่งเสริม นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่

⁸⁶สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, “มาตรการส่งเสริม การเงิน ภาษี และบัญชีนวัตกรรม”, เข้าถึงจาก

https://www.nstda.or.th/home/services_post/finance-tax-promotion/

⁸⁷ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, “การถ่ายทอดเทคโนโลยี/สื่อนำผลงานไปใช้ประโยชน์”, เข้าถึงจาก

<https://www.nectec.or.th/innovation/transfer.html>

⁸⁸ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), “การรับรองบริษัทเป้าหมาย (Capital Gains Tax)”, เข้าถึงจาก

<https://www.nia.or.th/service/Capital-Gains-Tax>

⁸⁹ หอการค้าไทย, “7 มาตรการ สร้างผู้ประกอบการ SME ไทย ให้เข้มแข็ง โดย BOI”

1. เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล (Eastern Economic Corridor of Digital: EECd) เป็นศูนย์กลางพัฒนาธุรกิจ และอุตสาหกรรมดิจิทัลในพื้นที่อีอีซี สนับสนุนให้เกิดการลงทุน พัฒนาบุคลากร และความรู้ด้านดิจิทัลให้กับประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมดิจิทัลของอาเซียน โดยมี 12 อุตสาหกรรมเป้าหมาย เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ อุตสาหกรรมดิจิทัล โดยมีการพัฒนา Thailand Digital Valley ที่ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น IoT Cloud แอปพลิเคชันที่ใช้เทคโนโลยี 5G ซอฟต์แวร์มูลค่าเพิ่มสูง หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ บริการดิจิทัล ตลาดจนพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลที่เชื่อมบริษัทด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลชั้นนำของโลกกับสตาร์ทอัพ ด้านดิจิทัลในกลุ่มเทคโนโลยีทางการเงิน การเกษตร การศึกษา ในการออกแบบ พัฒนา เทคโนโลยีและนวัตกรรม แบบก้าวกระโดด เพื่อดึงดูด สร้างแรงจูงใจ สร้างความเชื่อมั่น ให้เกิดการลงทุนในพื้นที่ EECd

2. เขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor of Innovation: EECi) เป็นพื้นที่นวัตกรรมในเขตพัฒนาพิเศษภาค ที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุน การต่อยอดผลงานวิจัยและนวัตกรรมจากห้องปฏิบัติการไปสู่การใช้ประโยชน์ โดยมี 6 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่ (1) เกษตรสมัยใหม่ (2) เชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (3) แบตเตอรี่ประสิทธิภาพสูงและการขนส่งสมัยใหม่ (4) ระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ และระบบอัจฉริยะ (5) การบิน และ (6) เครื่องมือแพทย์ โดยดำเนินการผ่าน เมืองนวัตกรรม เช่น เมืองนวัตกรรมระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ และระบบอัจฉริยะ (ARIPOLIS) เมืองนวัตกรรมชีวภาพ (BIOPOLIS) เมืองนวัตกรรมอาหาร (FOOD INNOPOLIS) และเมืองนวัตกรรมการบินอวกาศ (SPACE INNOPOLIS)

8.2 การดำเนินการส่งเสริมและพัฒนารัฐกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลของกระทรวงพาณิชย์

8.2.1 กิจกรรมอบรมผู้ประกอบการ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

1) Content Pitching ธุรกิจภาพยนตร์และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง โดยการนำเสนอผลงานและขยาย ช่องทางการดำเนินธุรกิจประเภทภาพยนตร์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของไทยกับผู้ประกอบการแพลตฟอร์มออนไลน์ (Online Content Platform) เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2) Multimedia Online Virtual Exhibition 2022 งานจัดแสดงสินค้าเสมือนจริงของธุรกิจประเภท ภาพยนตร์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของไทย รวมถึงการเจรจาการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการ ต่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

3) โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในงาน Bangkok International Digital Content Festival (BIDC) 2022 - 2024 โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจประเภทดิจิทัลคอนเทนต์ ทั้งทางด้านเกม แอนิเมชัน คาแรคเตอร์ CG VFX และอีเลิร์นนิ่ง ซึ่งในงานประกอบด้วย การประกาศรางวัล และกิจกรรมเจรจาทางการค้า เป็นต้น โดยโครงการมีแผนดำเนินการในปี 2568 (กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในงาน Bangkok International Digital Content Festival (BIDC) 2025)

4) มหกรรมโฆษณา ADFEST 2023 - 2024 งานจัดแสดงและส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจประเภทโฆษณา โดยเชิญผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศเข้าร่วม ภายในงานมีการจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ การจัดสัมมนาให้ความรู้ จากผู้เชี่ยวชาญทั้งชาวไทยและต่างประเทศ การจัดประกวดผลงานโฆษณาในหัวข้อต่างๆ การจัดนิทรรศการแสดง

ผลงานที่เข้าร่วมการประกวด การเจรจาธุรกิจการค้า และการจัดกิจกรรม Networking เพื่อส่งเสริมการสร้างเครือข่ายทางการค้าให้กว้างขวางและครอบคลุมมากขึ้น เป็นโครงการที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีแผนการดำเนินการต่อในปี 2568 (กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจโฆษณาในงาน ADFEST 2025)

5) กิจกรรมเจรจาการค้าออนไลน์ (OBM) ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจค้าแร่เคเตอร์ (Character) ไทย และผู้ประกอบการประเทศญี่ปุ่น

6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

7) โครงการผลักดัน Soft Power ด้วยมวยไทยสู่เวทีสากล (Muay Thai Global Power) ส่งเสริม Soft Power ศิลปะป้องกันตัวของไทย และสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ พร้อมทั้งต่อยอดธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น ภาพยนตร์ ของใช้และเกม

8) กิจกรรมผลักดันสินค้าและบริการไทยสู่สากลผ่านธุรกิจเกม/E-sport ภายใต้โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ (เพิ่มเติม) (Thai Game Craft 2024) โดยสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมเกมและอีสปอร์ตของไทยสู่ตลาดสากล เปิดโอกาสในการสร้างเครือข่ายและการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยกับนักลงทุนต่างประเทศ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

1) การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้าน e-Commerce ให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ไทย ผ่านการอบรมสัมมนา เสวนา และอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อส่งเสริมให้ SME สามารถปรับเปลี่ยนธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) อาทิ หลักสูตร Upgrade ธุรกิจด้วย AI สู่การตลาดยุคใหม่กับ Meta และหลักสูตรขายของออนไลน์ ยืนยันยังไม่ให้วุ่น เป็นต้น

ในปี 2568 มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการค้าออนไลน์ ส่งเสริมกลยุทธ์และต่อยอดทักษะด้าน e-Commerce อาทิ ส่งเสริมกลยุทธ์การขายธุรกิจ e-Commerce เชิงลึกผ่าน Platform Online ชื่นนำการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Martech เพื่อเพิ่มศักยภาพธุรกิจ

2) การสร้างโอกาสทางการตลาด e-Commerce มีการดำเนินการผ่าน 4 กิจกรรมหลัก ดังนี้

2.1) กิจกรรมปั้นเจ้าของธุรกิจให้เป็นอินฟลูเอนเซอร์ (The Influencer Journey : TIJ) สร้างตัวตนผู้ประกอบการ SMEs ให้เป็นอินฟลูเอนเซอร์บนโลกออนไลน์ พร้อมทั้งเพิ่มเทคนิคการไลฟ์สดขายสินค้าออนไลน์

2.2) กิจกรรม Digital Village ชุมชนสร้างสรรค์ สู่การแข่งขันการค้าออนไลน์ เพิ่มมูลค่าตลาดออนไลน์ของชุมชนให้สามารถพัฒนาและจำหน่ายสินค้าชุมชนให้เหมาะสมกับช่องทางตลาดออนไลน์ยุคใหม่

2.3) กิจกรรมสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ พร้อมเสริมโอกาสทางการตลาดธุรกิจ e-Commerce (SHINE Your Business Online) ผ่านหลักสูตร Google Marketing Platform อาทิ Google Merchant Center / Google Ads / SEM และ SEO รวมถึงการใช้ AI วิเคราะห์การทำตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Awareness)

2.4) งานมหกรรม Thailand e-Commerce Expo งานมหกรรมรวบรวมหน่วยงานพันธมิตรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้าน e-Commerce Platform ด้าน e-Logistics and Fulfillment

ด้าน e-Payment ด้าน e-Commerce Solution และด้าน e-Government มาให้บริการประชาชน รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญด้าน e-Commerce เข้ามาให้องค์ความรู้และให้คำปรึกษาเชิงลึกให้กับผู้ประกอบการ SMEs

3) การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรด้าน e-Commerce โดยร่วมมือกับแพลตฟอร์ม e-Market place และ Social Commerce อาทิ Lazada / Shopee / TikTok / Line / Meta ในการกระตุ้นส่งเสริมการขายให้กับ SME และชุมชน รวมถึงการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ชาติด้าน e-Commerce พิจารณาร่างกฎหมาย ระเบียบ รวมถึงปรับปรุงข้อบทให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง

4) การสร้างเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือให้กับร้านค้าออนไลน์ ผ่านเครื่องหมายรับรองผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Registered) และเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ (DBD Verified) โดยมีกิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมสร้างความเชื่อมั่นธุรกิจออนไลน์ ยกระดับ SMEs ไทยสู่สากล ซึ่งยกระดับร้านค้าออนไลน์ให้มีความน่าเชื่อถือ และมีภาพลักษณ์ที่ดี

5) การพัฒนาผู้ประกอบการผ่าน DBD Academy (e-Learning) ระบบการเรียนการสอนผ่านสื่อออนไลน์ (e-Learning) ทางเว็บไซต์ <https://dbdacademy.dbd.go.th> ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยมีหลักสูตรครอบคลุมองค์ความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการและการตลาด ปัจจุบันมีจำนวน 4 หลักสูตร 38 วิชา และมีแนวโน้มผู้เรียนเพิ่มขึ้นทุกปี

8.2.2 กิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

1) งาน American Film Market & Conference 2021 - 2024 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้นำผู้ประกอบการภาพยนตร์ไทยเข้าร่วมกิจกรรมจับคู่เจรจาการค้า ซึ่งภายในงานจะรวบรวมผู้ประกอบการธุรกิจประเภทภาพยนตร์และหน่วยงานส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

ในปี 2567 มีผู้ประกอบการจากทั่วโลกเข้าร่วมงานกว่า 300 ราย อาทิ สหรัฐอเมริกา อิตาลี ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเกาหลีใต้ และมีหน่วยงานส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ เข้าร่วมจำนวนกว่า 30 หน่วยงาน

2) งาน Global Game Exhibition G-STAR 2021, 2022, 2024 โดยในปี 2565 (Global Game Exhibition G-STAR 2021) มีการบูรณาการร่วมกับ ASEAN Korea Centre ในงานจะส่งเสริมและผลักดันผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเกมของไทยเข้าร่วมกิจกรรมเจรจาการค้า กิจกรรมสัมมนา และกิจกรรมนิทรรศการ กับผู้ประกอบการจากทั่วโลก

ในปี 2567 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร นำผู้ประกอบการเกมไทยกว่า 40 ราย เข้าร่วมเจรจาการค้าในงานแสดงสินค้าเกม ซึ่งรวมถึง งาน Global Game Exhibition G-STAR และมีแผนดำเนินการเข้าร่วมโครงการดังกล่าวต่อไปในปี 2568 (เตรียมการปีงบประมาณ 2569)

3) โครงการเข้าร่วมกิจกรรม Virtual Pitching ในงาน Asian Animation Summit @ Kidscreen Summit Virtual 2022 โดยส่งเสริมผู้ประกอบการแอนิเมชันของไทยเข้าร่วมนำเสนอผลงานในรูปแบบออนไลน์ (Virtual

Pitching) สหรัฐอเมริกา และมีแผนดำเนินการในปี 2568 (Asian Animation Summit 2025) (เตรียมการในปีงบประมาณ 2569)

4) งานแสดงสินค้า Cannes Film Festival 2022 - 2023 ส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์เข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าและกิจกรรมเจรจาการค้า ณ เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส

5) โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ Cartoon Characters และ Animation ไทย ในเขตพื้นที่ภายในกรุงโตเกียวและนอกเขตกรุงโตเกียว โดยนำผู้ประกอบการธุรกิจคาแรคเตอร์ของไทยเข้าร่วมงานจัดแสดงในส่วนจัดแสดงพิเศษ (Pop up Exhibition) และประชาสัมพันธ์โครงการและคาแรคเตอร์ของไทยผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย

6) โครงการงานแสดงสินค้า Asian Contents & Film Market 2022 - 2024 โดยนำผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบริการที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมกิจกรรมเจรจาการค้า และนำเสนอผลงาน ณ สาธารณรัฐเกาหลี/ปูซาน

7) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบันเทิงในต่างประเทศ ส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจภาพยนตร์และแอนิเมชันไทย ณ ลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา

8) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Hong Kong Film & TV Market 2023 - 2024 โดยนำผู้ประกอบการธุรกิจประเภทภาพยนตร์/ แอนิเมชัน/ รายการโทรทัศน์/ ซีรีส์ และบริการที่เกี่ยวข้องของไทยเข้าร่วมกิจกรรมเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการจากต่างประเทศ

9) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบันเทิงไทย ในงาน Cannes Film Festival 2023 - 2024 (Thai Night) ส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจภาพยนตร์/ แอนิเมชันไทย เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทยเข้าร่วมเพื่อแสดงผลงาน และสร้างเครือข่ายกับบุคคลสำคัญในวงการภาพยนตร์นานาชาติ

10) โครงการงานเทศกาลภาพยนตร์แอนิเมชันนานาชาติ Annecy International Animation Film Festival 2023 ซึ่งนำผู้ประกอบการแอนิเมชันไทยเข้าร่วมกิจกรรมเจรจาการค้าและนำเสนอผลงาน (Pitching) ให้กับผู้ซื้อชาวต่างชาติ ณ ประเทศฝรั่งเศส

11) กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าเยือนไต้หวัน ขยายโอกาสทางธุรกิจและเผยแพร่ศักยภาพอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย โดยสร้างเครือข่ายให้กับผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ของไทยกับชาวต่างชาติ

12) โครงการเข้าร่วมงาน Kre8tifi! Conference 2023 โดยนำผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเกมของไทยเข้าร่วมกิจกรรมเจรจาการค้าและสร้างเครือข่าย ในงานที่รวบรวมผู้ประกอบการธุรกิจเกมที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยจัดขึ้นที่ประเทศมาเลเซีย

13) โครงการนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน Gamescom Asia 2023 ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งนำผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเกมของไทยเข้าร่วมงานและกิจกรรมเจรจาการค้า และมีแผนดำเนินการในปี 2568 (เตรียมการในปีงบประมาณ 2569)

14) กิจกรรมสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business Networking) ภายในงาน TIFFCOM 2023 ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์คอนเทนต์ซีรีส์ไทย โดยเชิญผู้นำเข้าภาพยนตร์และซีรีส์ ผู้จัดกิจกรรมพบปะศิลปินจากประเทศไทย (Meet & Greet) และสื่อต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นให้เข้าร่วมกิจกรรมการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business Networking) ร่วมกับผู้ผลิตและผู้ส่งออกคอนเทนต์ ซีรีส์วาย (Y) หรือ ซีรีส์ Boy's Love จากประเทศไทย

15) Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2023 - 2024) กิจกรรมเจรจาการค้าธุรกิจประเภทภาพยนตร์/ซีรีส์/รายการโทรทัศน์ รวมถึงการจัดแสดงสินค้าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยเป็นศูนย์กลางการซื้อขาย การจัดหาเงินทุน การจัดจำหน่าย และการผลิต ภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์ ที่สำคัญของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ณ ประเทศสิงคโปร์

16) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงในงาน Hong Kong Film TV Market 2024 โดยส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจประเภทภาพยนตร์/ซีรีส์/รายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้อง ที่ประเทศจีน/ฮ่องกง

ในปีงบประมาณ 2568 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีแผนการดำเนินงานโดยนำผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงไทยและสร้างเครือข่าย (Thai Night) ในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2025 ซึ่งมีการเข้าร่วมกิจกรรม Business Networking ด้วย

17) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงไทยและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business Networking) ในตลาดเวียดนาม

18) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้า ในงาน Cannes Film Festival 2024

19) กิจกรรมฉายภาพยนตร์ไทย (Thai Movie Day) ณ กรุงปารีส ภายใต้โครงการส่งเสริมธุรกิจบันเทิงไทยในงาน Cannes Film Festival 2024

20) กิจกรรมเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Marche International du Film d'Animation (MIFA) ภายใต้งาน Annecy International Animation Film Festival 2024 โดยนำผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมนำเสนอผลงาน (Pitching) และกิจกรรมเจรจาการค้าธุรกิจแอนิเมชันไทยกับผู้ซื้อชาวต่างชาติ ณ ประเทศฝรั่งเศส และมีแผนการดำเนินการเข้าร่วมในปี 2568 (งานแสดงสินค้า Marche International du Film d'Animation (MIFA) ภายใต้งาน Annecy International Animation Film Festival 2025)

21) โครงการเจรจาการค้าในงาน Tokyo Game Show 2024 โดยนำผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเกมของไทยเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าและเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการต่างชาติ ในงานมหกรรมเกมประจำปีของประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนี้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีแผนการดำเนินการเพิ่มเติมในปี 2568 อาทิ

1) โครงการเจรจาการค้าในงานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2024 ซึ่งเป็นงานจัดแสดงสินค้าประเภทบอร์ดเกม โดยจะมีการเจรจาการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการจากต่างชาติ

2) คณะผู้แทนการค้าอุตสาหกรรมเยือนประเทศสิงคโปร์

3) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มซีรีส์วายเยือนประเทศญี่ปุ่น

4) กิจกรรมผลักดันสินค้าและบริการสู่สากลผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิดและสื่อบันเทิงระดับโลก

- 5) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์เยือนประเทศญี่ปุ่น
- 6) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตร ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคอเมริกา)
- 7) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจเกมสู่ตลาดเอเชีย

9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

จากการศึกษาจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลในภาพรวม รวมถึงการวิเคราะห์เชิงลึกใน 3 อุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ (1) อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software) (2) อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) และ (3) อุตสาหกรรมบริการดิจิทัล (Digital Services) พบว่า แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลของไทยควรมุ่งเน้นไปที่ 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) **วางรากฐานนวัตกรรม**: เร่งเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล พร้อมผลักดันมาตรการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน (2) **ทุนทุนเทคโนโลยี**: เพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการสนับสนุนทางการเงินได้อย่างทั่วถึง พร้อมทั้งดึงดูดการลงทุนจากทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อเร่งการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล (3) **เสริม IP ดิจิทัล**: สนับสนุนการเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาด้านดิจิทัลของคนไทย และพัฒนากลไกป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลงานของผู้ประกอบการไทย และ (4) **ขยายเป้าการค้าการลงทุน**: ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการไทยกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ ผ่านการจับคู่ธุรกิจและการสร้างเครือข่ายทางการค้า เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและขยายศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล	
จุดแข็ง/โอกาส	จุดอ่อน/ความท้าทาย
- หน่วยงานของไทยมีการส่งเสริมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลอย่างเข้มแข็ง โดยมีหน่วยงานหลักที่ขับเคลื่อนนโยบายระดับชาติ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงหน่วยงานที่มีมาตรการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี การลงทุน และการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความพร้อมและมีความสามารถในการแข่งขัน - มีการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลที่ครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ - ไทยมีบทบาทสำคัญในฐานะประธานการเจรจากรอบความตกลงเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Framework Agreement: DEFA) ที่จะช่วยยกระดับเศรษฐกิจดิจิทัลของไทยและอาเซียนให้มีความสามารถในการแข่งขันและเป็นศูนย์กลางการลงทุนด้านดิจิทัลของภูมิภาค	- จากการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลประจำปี 2567 ไทยอยู่ที่อันดับ 37 จาก 67 ประเทศ ลดลง 2 อันดับจากปี 2566 โดยตัวชี้วัดที่อันดับลดลงและยังได้คะแนนน้อย เช่น กฎหมาย สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เงินทุน การส่งออกสินค้าเทคโนโลยีขั้นสูง ความเร็วแบนด์วิดท์อินเทอร์เน็ต และเซิร์ฟเวอร์อินเทอร์เน็ตที่ปลอดภัย - แม้ว่าทุกภูมิภาคมีจำนวนนิติบุคคลในสาขาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น แต่พื้นที่ที่มีจำนวนนิติบุคคลในสาขาธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลที่ดำเนินกิจการอยู่มากที่สุดกระจุกตัวอยู่ที่กรุงเทพฯ จึงอาจต้องมีการส่งเสริมธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลในแต่ละพื้นที่ให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น

ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

วางรากฐานนวัตกรรม

- การพัฒนา Digital Park Thailand ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษที่ให้ความสำคัญในด้านธุรกิจดิจิทัลและนวัตกรรมใหม่ เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนในธุรกิจดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงอุตสาหกรรมดิจิทัลไทยและอาเซียน และการสร้างอุตสาหกรรมดิจิทัลใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ผลิต/ให้บริการซอฟต์แวร์ อาทิ Cloud Computing, Intelligent System, Pervasive Software, Cognitive Platform IoT Platform Machine Learning แอปพลิเคชัน และระบบดิจิทัลสมัยใหม่

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก การนิคมอุตสาหกรรม

- พัฒนาความเร็วแบนด์วิธอินเทอร์เน็ต และระบบเซิร์ฟเวอร์อินเทอร์เน็ตที่ปลอดภัย ตลอดจนพัฒนากฎหมาย และการบังคับใช้กฎหมายความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อลดความเสี่ยงจากภัยทางไซเบอร์

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ทุนหมุนเทคโนโลยี

- เพิ่มมาตรการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล โดยสนับสนุนให้ธุรกิจดิจิทัลเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นผ่านมาตรการต่างๆ เช่น การผ่อนปรนข้อกำหนดการเข้าถึงสินเชื่อเพื่อเทคโนโลยีและนวัตกรรม สำหรับสตาร์ทอัพธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ควบคู่ไปกับการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับนักลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัล

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ธนาคารพาณิชย์

เสริม IP ดิจิทัล

- เพิ่มมาตรการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ โดยการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและเพิ่มบทลงโทษต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ และส่งเสริมการใช้ซอฟต์แวร์ที่ถูกลิขสิทธิ์ในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงสนับสนุนการเป็นเจ้าของ IP ด้านดิจิทัลของคนไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมทรัพย์สินทางปัญญา

ขยายเป้าการค้าการลงทุน

- ผลักดันกรอบความตกลง DEFA ของอาเซียนให้มีความสามารถในการแข่งขันและผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการลงทุนด้านดิจิทัลของภูมิภาคอาเซียน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

(1) ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ (Software)	
จุดแข็ง/โอกาส	จุดอ่อน/ความท้าทาย
ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์มีจำนวนนิติบุคคล อัตราขยายตัวของจำนวนนิติบุคคล และจำนวนแรงงานมากเป็นอันดับ 2 รองจากธุรกิจบริการด้านดิจิทัล โดยมีจำนวนแรงงานชนหน้าธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในปี 2565 และในช่วง ปี 2562-2566 มีอัตราเติบโตของรายได้และอัตราเติบโตของกำไรสูงสุด	- มีสัดส่วนจำนวนนิติบุคคลขนาดเล็กร้อยละ 97.17 โดยไม่สามารถขยายเป็นขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ได้เนื่องจากเข้าไม่ถึงแหล่งเงินทุนที่จะต่อยอดธุรกิจ และมีคุณสมบัติไม่ตรงกับหน่วยงานที่ให้เงินทุนสนับสนุน - สัดส่วนนักลงทุนไทยต่อนักลงทุนต่างชาติอยู่ที่ 92.63 ต่อ 7.37 แต่มีแนวโน้มการเข้ามาลงทุนในธุรกิจบริการพัฒนาซอฟต์แวร์เพิ่มมากขึ้น - ยังมีการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	
วางรากฐานนวัตกรรม ปรับปรุงกฎหมายและสิทธิประโยชน์แรงงาน ของบุคลากรด้านซอฟต์แวร์เพื่อส่งเสริมให้บริษัทของไทยสามารถดึงดูดผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรด้านเทคโนโลยีให้เข้ามาทำงานในไทยได้มากขึ้น เช่น แรงจูงใจด้านภาษีสำหรับบริษัทที่จ้างผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงแรงงาน กระทรวงการคลัง ทุนทุนเทคโนโลยี สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ภายในประเทศ โดยสนับสนุนเงินทุนวิจัยและพัฒนา (R&D) ผ่านกองทุนสนับสนุนนวัตกรรมทางซอฟต์แวร์ รวมถึงมาตรการภาษีจูงใจสำหรับบริษัทที่ลงทุนด้านเทคโนโลยีซอฟต์แวร์ เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับต้นทุนการพัฒนาและค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับ R&D เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของบริษัทไทยในระดับสากล หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ กระทรวงการคลัง ธนาคารพาณิชย์ สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย สมาคมการค้าส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย เสริม IP ดิจิทัล ส่งเสริมการเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ประกอบการไทย โดยการยื่นจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เช่น เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์ แบบ Fast-track รวมทั้งอาจให้สิทธิพิเศษทางภาษี สำหรับธุรกิจที่พัฒนาซอฟต์แวร์ต้นแบบ เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของตัวเอง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย	

(1) ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ (Software)

- บังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ในระบบออนไลน์ โดยอาจอนุญาตให้ภาครัฐสามารถจับเว็บไซต์ที่ให้บริการซอฟต์แวร์เถื่อน และกำหนดมาตรการแจ้งเตือนสำหรับแพลตฟอร์มที่มีการแชร์ลิงก์ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ รวมทั้งเพิ่มบทลงโทษที่เข้มงวดขึ้นสำหรับองค์กรที่ใช้ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ในองค์กร
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย
- สนับสนุนให้องค์กรภาครัฐและเอกชนใช้ซอฟต์แวร์โอเพนซอร์ส⁹⁰ เพื่อลดการพึ่งพาซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ และส่งเสริมการพัฒนาซอฟต์แวร์ไทยเพื่อเป็นทางเลือกทดแทนซอฟต์แวร์ต่างประเทศ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย
- สร้างความร่วมมือหรือทำข้อตกลงกับประเทศที่เป็นศูนย์กลางของซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อควบคุมการเผยแพร่ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ และสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการร่วมมือกับองค์การทรัพย์สินทางปัญญาแห่งโลก (WIPO)
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย

ขยายเป้าหมายการค้าการลงทุน

- ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทซอฟต์แวร์ ทั้งความร่วมมือระหว่างบริษัทไทยและต่างชาติ และความร่วมมือระหว่างบริษัทบริการซอฟต์แวร์และอุตสาหกรรมอื่นๆ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เพื่อให้ไทยสามารถเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานซอฟต์แวร์ระดับโลก ผ่านการพัฒนาโครงการ การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการเชื่อมโยงตลาดในระดับสากล
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย
- การจัดงานแสดงผลงานซอฟต์แวร์ไทย เพื่อผลักดันการส่งออกธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ให้มากขึ้น และผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ แนวปฏิบัติที่ดี เพื่อให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลพร้อมยกระดับซอฟต์แวร์ไทยสู่ตลาดสากล
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย

⁹⁰ ซอฟต์แวร์โอเพนซอร์ส หมายถึง ซอฟต์แวร์ที่เผยแพร่โดยใช้ใบอนุญาตที่ผู้ถือครองลิขสิทธิ์อนุญาตให้ผู้ไม่มีสิทธิในการใช้ ศึกษา แก้ไข และแจกจ่าย

(2) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)	
จุดแข็ง/โอกาส	จุดอ่อน/ความท้าทาย
- มีจำนวนนิติบุคคล อัตราขยายตัวของจำนวนนิติบุคคล และจำนวนแรงงานมากเป็นอันดับ 3 แต่ยังคงเติบโต - ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์มีรายได้มากเป็นอันดับ 2 - สัดส่วนนักลงทุนไทยต่อนักลงทุนต่างชาติอยู่ที่ 86.34 ต่อ 13.66 โดยมีนักลงทุนต่างชาติได้เข้ามาลงทุนในไทย อาทิ ญี่ปุ่นได้เข้ามาลงทุนในธุรกิจบริการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ จีนได้เข้ามาลงทุนในธุรกิจบริการทำเทคนิคด้านภาพสำหรับภาพยนตร์	- รายได้และกำไรลดลง จากการหดตัวของอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันไทย ซึ่งได้รับผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคาและการแข่งขันของผู้ประกอบการคู่แข่งต่างชาติ - มีสัดส่วนจำนวนนิติบุคคลขนาดเล็กร้อยละ 95.23 ของจำนวนนิติบุคคลทั้งหมด - ไทยยังมีการสร้างงานแอนิเมชันจากทรัพย์สินทางปัญญาของตัวเองน้อย โดยส่วนมากเน้นการรับจ้างผลิตและงานโปรดักชัน
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	
วางรากฐานนวัตกรรม - ออกกฎหมายกำกับดูแลแรงงานอิสระ เช่น นักพัฒนาเกม นักสร้างคอนเทนต์ และศิลปินอิสระ เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม เช่น การเข้าถึงประกันสังคม สิทธิแรงงาน และมาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ประกอบการอิสระในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงแรงงาน กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงการคลัง ทุนหมุนเทคโนโลยี - จัดตั้งกองทุนสนับสนุนการผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันระดับนานาชาติ เช่น แอนิเมชัน เกม และ Immersive Content (AR/VR/MR) เพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิต และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับต่างชาติได้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ และการร่วมทุน (Venture Capital) เพื่อขยายขีดความสามารถของผู้ผลิตคอนเทนต์ไทย รวมทั้งส่งเสริมการจับคู่ธุรกิจในธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย เสริม IP ดิจิทัล - ส่งเสริมการสร้างสรรคผลงานดิจิทัลคอนเทนต์ไทยเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา ในธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น แอนิเมชัน เกม และ Immersive Content (AR/VR) โดยมอบรางวัลให้แก่ผลงานสร้างสรรค์ต้นฉบับของไทย พร้อมทั้งจัดกองทุนเพื่อสนับสนุนการแปลและปรับคอนเทนต์ของไทยให้เป็นภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น	

(2) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)

เพื่อเพิ่มโอกาสขยายตลาด ควบคู่กับการผลักดันความร่วมมือกับแพลตฟอร์มระดับโลก เพื่อให้ผลงานไทยมีโอกาสเติบโตในระดับนานาชาติ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมทรัพย์สินทางปัญญา

ขยายเป้าหมายการลงทุน

- ส่งเสริมการสร้างดิจิทัลคอนเทนต์ที่สร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อต่อยอดการส่งเสริมซอฟต์แวร์ของไทย โดยสนับสนุนโครงการที่นำเสนอเอกลักษณ์ไทยผ่านแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับไทย ภาพยนตร์ แอนิเมชัน เกม และแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tourism) เพื่อส่งเสริมซอฟต์แวร์ไทยในระดับนานาชาติ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCCEB)

- ผลักดันการส่งออกดิจิทัลคอนเทนต์ไทยให้เติบโตในตลาดต่างประเทศ โดยสร้างความร่วมมือกับบริษัทระดับนานาชาติ และสนับสนุนให้ผู้ผลิตคอนเทนต์ไทยเข้าถึงแพลตฟอร์มและเครือข่ายการจัดจำหน่ายในระดับสากล

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย

- ส่งเสริมการจัดงานนิทรรศการ/เทศกาลด้านดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น การจัดงานแอนิเมชันโลก เพื่อประชาสัมพันธ์ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและยกระดับดิจิทัลคอนเทนต์ไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน และหนุนศักยภาพสู่เวทีระดับโลก

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย สมาคมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

(3) ธุรกิจบริการดิจิทัล (Digital Services)

จุดแข็ง/โอกาส	จุดอ่อน/ความท้าทาย
- มีจำนวนนิติบุคคล อัตราขยายตัวของจำนวนนิติบุคคล และจำนวนแรงงานมากที่สุดและยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง - มีรายได้มากที่สุด และมีอัตราเติบโตของรายได้เป็นอันดับ 2 - ในปี 2562-2566 มีสัดส่วนการลงทุนโดยคนไทยมากกว่าชาวต่างชาติและเพิ่มขึ้นในทุกปี โดยในปี 2566 มีสัดส่วนการลงทุนของไทยร้อยละ 64.40 สะท้อนถึงศักยภาพของ	อัตราการเติบโตของนิติบุคคลเล็กกิจการยังใกล้เคียงกับนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ซึ่งอาจเป็นผลจากธุรกิจใช้นวัตกรรมสูง การเติบโตอย่างรวดเร็วและมีอัตราความเสี่ยงสูง รวมถึงผู้ประกอบการ SME ขาดแคลนเงินทุนในการขยายสาขา และเข้าถึงสินเชื่อได้ยาก

(3) ธุรกิจบริการดิจิทัล (Digital Services)	
ผู้ผลิตในไทยที่ยังมีความเข้มแข็งเป็นผลจากอุตสาหกรรมดิจิทัลไทยที่มีความเข้มแข็งในตลาดส่งออก มีแนวโน้มการพัฒนาตามการเติบโตของธุรกิจการซื้อขายสินค้าและให้บริการทางอินเทอร์เน็ต	
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	
วางรากฐานนวัตกรรม	
- พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านบริการดิจิทัล เช่น Cloud Computing, AI Services และ Cybersecurity เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจบริการดิจิทัล โดยเร่งขยายผลการดำเนินการภายใน EEC ไปยังพื้นที่อื่นๆ <u>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง:</u> กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ - ปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อรองรับอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล เช่น การกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์ รวมทั้งกฎหมายป้องกันการผูกขาดทางการค้า เพื่อเพิ่มการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล โดยส่งเสริมการเข้าถึงของผู้เล่นรายใหม่และลดอำนาจผูกขาดของแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ <u>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง:</u> กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ - ลดอุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับ Cross-Border Data Flow เพื่อให้ธุรกิจสามารถให้บริการข้ามประเทศได้สะดวกขึ้น <u>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง:</u> กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ	
ทุนหมุนเทคโนโลยี	
- ดึงดูดการลงทุนบริการคลาวด์จากต่างชาติ และกระตุ้นการใช้ Digital Services ในภาครัฐและภาคธุรกิจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและแข่งขันของธุรกิจบริการดิจิทัลมากขึ้น <u>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง:</u> กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงพาณิชย์ - ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและเงินทุนสนับสนุน โดยเฉพาะการลดภาษีนำเข้าสำหรับอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจบริการดิจิทัล เช่น เซิร์ฟเวอร์ และอุปกรณ์ AI <u>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง:</u> กระทรวงการคลัง กรมศุลกากร กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	
เสริม IP ดิจิทัล	
เพิ่มมาตรการป้องกันและจัดการปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาบนแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงระบบแจ้งสนับสนุนการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในบริการดิจิทัลและเร่งรัดกระบวนการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาในบริการที่เกี่ยวข้องกับแพลตฟอร์มดิจิทัล Cloud Computing AI และบริการที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย พร้อมทั้งเพิ่มมาตรการ	

(3) ธุรกิจบริการดิจิทัล (Digital Services)

ในการป้องกันและจัดการกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ระบบแจ้งเตือนและการบังคับใช้กฎหมายที่มีประสิทธิภาพ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ขยายเป้าหมายการค้าการลงทุน

- ขยายความร่วมมือด้านบริการดิจิทัลระหว่างไทยและต่างประเทศ ผ่านการสนับสนุนให้ธุรกิจไทยเข้าถึงโอกาสทางการค้าในระดับนานาชาติ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

บรรณานุกรม

ADK Holdings Inc. (n.d.). Retrieved from <https://www.adk.jp/en/>

Apple. (n.d.). Retrieved from <https://www.apple.com/th/>

Brandbuffet. (2563). "ADK ญ่ปุ่นเปิดตัว “ADK CONNECT” รุกให้บริการ Digital Marketing ในไทยและเอเชีย".
เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.at/glqSC>

Close-Up Thailand. (2565). “ตามไปดู ญ่ปุ่นเขาช่วยเหลือธุรกิจสตาร์ทอัพ (Start up) อย่างไร”. เข้าถึงได้จาก
<https://www.closeupthailand.com>

Criminal Division, U.S. Department of Justice. (2023). “Cloud Act Resources”. Retrieved from
<https://www.justice.gov/criminal/cloud-act-resources>

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. Retrieved from
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

FiscalNote. (2024). “Digital Transformation in Japan: Navigating Digital Policy Trajectory Amid an
Evolving Political Landscape” . Retrieved from www.fiscalnote.com

America’s Seed Fund. (n.d.). *U.S. Small Business Administration* .

Future Market Insights. (2023). “Digital Content Creator Market Insights”. Retrieved from
<https://www.futuremarketinsights.com/reports/digital-content-creator-market>

Gartner. (2024). Retrieved from <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2024-07-16-gartner-forecasts-worldwide-it-spending-to-grow-7-point-5-percent-in-2024>

Grand View Research. (2025). *Europe Digital Content Creation Market Size & Outlook*. Retrieved
from <https://www.grandviewresearch.com>

Institute for Management Development (IMD). (2024). *IMD World Digital Competitiveness Ranking
2024 World Competitiveness Center The digital divide.*

Institute for Management Development (IMD). (n.d.). *World Digital Competitiveness Ranking*.
Retrieved from <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness-ranking/>

Liberator. (n.d.). “สรุปหุ้น SAP SE (SAP): ผู้นำด้านซอฟต์แวร์องค์กรระดับโลก”. เข้าถึงได้จาก

<https://www.liberator.co.th/article/view/us-stock-sapse>

LinkedIn. (2566). “LinkedIn คืออะไร”. เข้าถึงได้จาก

<https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a548441?lang=th-TH>

Mahattanalai, T. (2566). “แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์”. เข้าถึงได้จาก [https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/digitalsoftware/io/io-digital-software-2023-2025)

[outlook/services/digitalsoftware/io/io-digital-software-2023-2025](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/digitalsoftware/io/io-digital-software-2023-2025)

Microsoft. (n.d.). “ข้อมูลเกี่ยวกับไมโครซอฟท์”. เข้าถึงได้จาก [https://news.microsoft.com/th-](https://news.microsoft.com/th-th/aboutmicrosoft-th/)
[th/aboutmicrosoft-th/](https://news.microsoft.com/th-th/aboutmicrosoft-th/)

Ministry of Economy, Trade and Industry (METI),. (2024). “*Act on Improving Transparency and Fairness of Digital Platforms (TFDPA)*”. Retrieved from <https://www.meti.go.jp/>

Oracle. (n.d.). Retrieved from <https://www.oracle.com/th/corporate/>

Senate, U. (n.d.). *CYBERSECURITY ACT OF 2015*. Retrieved from <https://www.intelligence.senate.gov/sites/default/files/legislation/Cybersecurity-Act-Of-2015.pdf>>

Sony Interactive Entertainment, . (n.d.). Retrieved from [https://sonyinteractive.com/en/our-](https://sonyinteractive.com/en/our-company/)
[company/](https://sonyinteractive.com/en/our-company/)

Spotify. (n.d.). “Spotify คืออะไร”. เข้าถึงได้จาก <https://support.spotify.com/th-th/article/what-is-spotify/>

Statista. (2024). Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/worldwide>

Statista. (2024). “*IT Services - Europe*”. Retrieved from [https://www.statista.com/outlook/tmo/it-](https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/europe)
[services/europe](https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/europe)

Statista. (2025). “*Revenue of the software market worldwide from 2020 to 2029*”. Retrieved from <https://www.statista.com/forecasts/963597/software-revenue-in-the-world>

Stripe. (2024). “*Klarna: คู่มือเชิงลึก*”. เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.at/95QIo>

Techsauce. (2023). “*ส่องกฎหมาย EU Digital Markets Act (DMA) คู่ม Big Tech ผูกขาดตลาดดิจิทัล งานนี้ใครได้ใครเสีย*”. เข้าถึงได้จาก <https://techsauce.co/news/new-rule--dma-for-big-tech>

The Story Thailand. (2566). “เปิดมุมมอง แนวโน้มอุตสาหกรรมดิจิทัลทั่วโลก และโอกาสของประเทศไทยสู่การเป็น Digital Hub”. เข้าถึงได้จาก <https://www.thestorythailand.com/12/09/2024/137236/>

World Bank Group. (2024). “DIGITAL PROGRESS AND TRENDS REPORT 2023”.

Xiaomei Wang, J. Z. (2024). *Barriers to Digital Services Trade and Export Efficiency of Digital Services*. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/17/7517>

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (n.d.). “กฎหมายลิขสิทธิ์- ประเทศญี่ปุ่น”. เข้าถึงได้จาก https://www.ipthailand.go.th/images/781/L_japan_4_copyright.pdf

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568). “ปี 2567 ต่างชาติหอบเงินเข้าลงทุนในไทย 2.28 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ถึง 1 แสนล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้น 79% ญี่ปุ่น ครองแชมป์อันดับ 1”. เข้าถึงได้จาก <https://www.dbd.go.th/news/1628012568>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568). “ปี 2567 ต่างชาติหอบเงินเข้าลงทุนในไทย 2.28 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ถึง 1 แสนล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้น 79% ญี่ปุ่น ครองแชมป์อันดับ 1”. เข้าถึงได้จาก <https://www.dbd.go.th/news/1628012568>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (n.d.). *DBD Data Warehouse*. เข้าถึงได้จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/>

กรมนยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. (2565). “EU ทุ่มทุน 1.98 พันล้านยูโรภายใต้โครงการ Digital Europe เพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล”. เข้าถึงได้จาก <https://europetouch.mfa.go.th>

กรรมาธิการยุโรป. (n.d.). เข้าถึงได้จาก <https://commission.europa.eu/>

กรรมาธิการยุโรป. (2022). *The Digital Services Act*. เข้าถึงได้จาก <https://commission.europa.eu/>

(2567, สิงหาคม 30). การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Focus group) ต่อร่างแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติพ.ศ. 2568 – 2570.

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2567). “ttb analytics มองรายได้การท่องเที่ยวปี 2567 พุ่งตัวเกือบสมบูรณ์มากกว่า 90% ที่ 2.75 ล้านล้านบาท”. เข้าถึงได้จาก <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/ttba-tourism-income-2024>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (n.d.). *ผลกระทบจากธุรกิจ e-commerce ต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น*.

ธนาคารแห่งประเทศไทย, และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2566). “โอกาส ศักยภาพ อนาคตธุรกิจดิจิทัลภาคเหนือ”.

ผู้จัดการออนไลน์. (2567). "'ดีป้า' เผยดิจิทัลคอนเทนต์ ปี 66 บังไม่หยุด Art Toy มาแรง พาคาแร็กเตอร์แจ้งเกิด".
เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9670000082526>

ผู้จัดการออนไลน์. (2567). "'ดีป้า' เผยดิจิทัลคอนเทนต์ปี 66 บังไม่หยุด Art Toy มาแรง พาคาแร็กเตอร์แจ้งเกิด".
เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9670000082526>

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2019). การถ่ายทอดเทคโนโลยี/สนใจนำผลงานไปใช้
ประโยชน์. เข้าถึงได้จาก <https://www.nectec.or.th/innovation/transfer.html>

ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2566). “แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2566-2568: ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์”. เข้าถึงได้
จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/digital-software/io/io-digital-software-2023-2025#:~:text=%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%3A%20%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%8A%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%B5%202566,%E0%B8%A0%E0>

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2567). “เปิดผลศึกษา “เจาะประเด็นความท้าทายในการแข่งขันบนธุรกิจ
แพลตฟอร์มขายสินค้าและการขนส่ง”. เข้าถึงได้จาก <https://tdri.or.th/2024/05/platform-logistics-shopping-theory-of-harm/>

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). "BDE เผยตัวเลขเศรษฐกิจดิจิทัล ปี 2567
ขยายตัว 5.7% คิดเป็น 2.2 เท่า ของ GDP โดยรวม มูลค่ารวม 4.44 ล้านบาท สะท้อนเศรษฐกิจไทย
ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล". เข้าถึงได้จาก
https://www.onde.go.th/view/1/%E0%B8%A0%E0%B8%B8%E0%B8%8A%E0%B8%9E%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C_%E0%B9%82%E0%B8%99%E0%B8%94%E0%B9%84%E0%B8%98%E0%B8%AA%E0%B8%87/2646/TH-TH

สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์. (2560). “CPMU Customs Policy Monitoring Unit”. เข้าถึงได้
จาก <https://brussels.customs.go.th>

สำนักงานที่ปรึกษาด้านอุตสาหกรรมในต่างประเทศ ประจำกรุงเวียนนา. (2566). “สหภาพยุโรปเปิดตัวชุดมาตรการ
สนับสนุน Startups และ SMEs ด้านปัญญาประดิษฐ์”. เข้าถึงได้จาก
<https://thaiindustrialoffice.wordpress.com>

สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรม ประจำประเทศญี่ปุ่น. (2567). “ญี่ปุ่นกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมรถยนต์ที่กำหนดโดย
ซอฟต์แวร์”. เข้าถึงได้จาก <https://japan.industry.go.th/th/news-industry/307710>

สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรมประจำประเทศญี่ปุ่น. (2566). “รัฐบาลญี่ปุ่นให้เงินอุดหนุน 3 หมื่นล้านเยนแก่บริษัท Softbank สำหรับโครงการ Data Center แห่งใหม่ที่ฮอกไกโด”. เข้าถึงได้จาก <https://japan.industry.go.th/th>

สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรมประจำประเทศญี่ปุ่น. (2567). “รัฐบาลญี่ปุ่นผลักดันโครงการพัฒนาเทคโนโลยี Generative AI”. เข้าถึงได้จาก <https://japan.industry.go.th/th/news-industry/307668>

สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรมประจำประเทศญี่ปุ่น. (2567). “สำนักพิมพ์ญี่ปุ่นรวมลงทุนกับสตาร์ทอัพในการใช้ AI แปล”. เข้าถึงได้จาก <https://japan.industry.go.th/th/news-industry/307696>

สำนักงานที่ปรึกษาอุตสาหกรรมประจำประเทศญี่ปุ่น. (2567). “ญี่ปุ่นเร่งลดการเก็บภาษีที่เกิดจากทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อกระตุ้นการลงทุนและพัฒนางานวิจัย”. เข้าถึงได้จาก <https://japan.industry.go.th/>

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567). “สนค. แนะนำ เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ปรับธุรกิจให้ดึงดูดใจนักช้อป”. เข้าถึงได้จาก <https://tpso.go.th/news/2402-0000000019>

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2567). การรับรองบริษัทเป้าหมาย (Capital Gains Tax). เข้าถึงได้จาก <https://www.nia.or.th/service/Capital-Gains-Tax>

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2565). แผนกลยุทธ์สวทช. ฉบับทบทวนที่ 7.1 (พ.ศ. 2566 – 2570) ฉบับย่อ.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (n.d.). มาตรการส่งเสริม การเงิน ภาษี และบัญชีนวัตกรรม. เข้าถึงได้จาก https://www.nstda.or.th/home/services_post/finance-tax-promotion/

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (n.d.). Dashboard SME Big Data. เข้าถึงได้จาก <https://www.smebigdata.com/home>

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2567). “ดีป้า เผยอัตรา ดิจิทัลไทย ปี 66 ขยายตัว 3.88% มูลค่ารวมกว่า 2 ล้านล้านบาท อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ เติบโตสูงสุดกว่า 12% มูลค่ารวมพุ่งทะลุ 2 แสนล้านบาท”. เข้าถึงได้จาก https://www.depa.or.th/th/article-view/20240910_01

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (n.d.). บทวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจดิจิทัลประเทศไทย. เข้าถึงได้จาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/thailand-digital-economy-glance>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2568).

หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. (n.d.). “7 มาตรการ สร้างผู้ประกอบการ SME ไทย ให้เข้มแข็ง โดย BOI”. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaichamber.org/news/view/482/1979/>

ภาคผนวก

นิติบุคคล รายได้ และกำไร (ขาดทุน) สุทธิ ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และดิจิทัล

1. กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์

1. นิติบุคคล

ตารางที่ 1 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจซอฟต์แวร์

	ปี 2562			ปี 2563			ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	S	M	L	S	M	L	S	M	L	S	M	L	S	M	L
จำนวนนิติบุคคล ดำเนินการอยู่ (ราย)	5,629	14	6	6,009	137	18	6,568	154	21	7,249	159	35	7,654	183	40
รวม	5,649			6,164			6,743			7,443			7,877		
CAGR (62-66)	8.67%														
จำนวนนิติบุคคล จัดตั้งใหม่ (ราย)	797	-	-	837	-	-	900	2	1	958	-	1	901	3	-
รวม	797			837			903			959			904		
CAGR (62-66)	3.20%														
จำนวนนิติบุคคลเลิก กิจการ (ราย)	229	1	-	200	-	-	241	-	-	233	-	-	280	-	-
รวม	230			200			241			233			280		
CAGR (62-66)	5.04%														

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 2 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจซอฟต์แวร์ แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562				ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566			
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม
1	58202: การจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (ยกเว้นซอฟต์แวร์เกมสำเร็จรูป)	1,455	5	1	1,461	1,608	50	6	1,664	1,814	60	9	1,883	2,011	56	12	2,079	2,120	60	16	2,196
2	58203: กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์สำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	36	-	-	36	30	1	-	31	37	-	-	37	35	-	-	35	33	-	-	33
3	62011: กิจกรรมการจัดทำโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่ายตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้	1,609	1	2	1,612	1,767	16	1	1,784	2,011	20	1	2,032	2,257	25	2	2,284	2,417	22	2	2,441
4	62012: กิจกรรมการจัดทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ (ยกเว้นโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่าย)	2,529	8	3	2,540	2,604	70	11	2,685	2,706	74	11	2,791	2,946	78	21	3,045	3,084	101	22	3,207
	รวม	5,629	14	6	5,649	6,009	137	18	6,164	6,568	154	21	6,743	7,249	159	35	7,443	7,654	183	40	7,877

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	99.65	97.49	97.40	97.39	97.17
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	0.25	2.22	2.28	2.14	2.32
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	0.11	0.29	0.31	0.47	0.51

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 3 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจซอฟต์แวร์ แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
1	กรุงเทพฯ	3,454	3,688	3,920	4,262	4,418
2	ภาคกลาง	1,061	1,194	1,351	1,487	1,614
3	ภาคตะวันออก	239	252	282	329	364
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	208	253	307	346	397
5	ภาคเหนือ	361	422	491	561	585
6	ภาคใต้	283	307	338	395	426
7	ภาคตะวันตก	43	48	54	63	73
	รวม	5,649	6,164	6,743	7,443	7,877

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 4 รายได้รวมของธุรกิจซอฟต์แวร์ (ล้านบาท)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
1	58202: การจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (ยกเว้นซอฟต์แวร์เกมสำเร็จรูป)	16,453.19	18,765.29	24,384.76	30,257.47	30,696.87
2	58203: กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์สำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	315.96	152.55	130.76	130.34	183.77
3	62011: กิจกรรมการจัดทำโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่ายตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้	7,405.41	8,347.69	8,713.80	9,504.37	11,626.53
4	62012: กิจกรรมการจัดทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ (ยกเว้นโปรแกรมเว็บเพจและเครือข่าย)	24,679.82	25,281.71	30,856.83	36,582.17	42,195.27
	รวม	48,854.38	52,547.24	64,086.15	76,474.35	84,702.44

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 5 รายได้รวมของธุรกิจซอฟต์แวร์ แบ่งตามภาค (ล้านบาท)

	กรุงเทพฯ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันตก	รวมทั้งประเทศ
2562	42,153.58	4,348.09	773.36	324.66	759.05	458.12	37.53	48,854.38
2563	44,874.27	4,553.57	897.00	327.78	1,080.63	767.30	46.69	52,547.24
2564	55,951.94	5,009.24	858.02	448.92	1,084.88	679.69	53.47	64,086.16
2565	67,012.17	5,671.71	823.42	561.11	1,559.82	720.27	125.85	76,474.34
2566	74,603.51	5,965.72	841.94	689.23	1,838.21	654.23	109.58	84,702.44

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 6 กำไร (ขาดทุน) สุทธิของธุรกิจซอฟต์แวร์ แบ่งตามภาค (ล้านบาท)

	กรุงเทพฯ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันตก	รวมทั้งประเทศ
2562	147.66	885.49	54.09	38.10	76.92	12.49	-6.04	1,208.71
2563	743.20	469.97	47.94	20.63	297.62	-25.92	-6.28	1,547.16
2564	1,808.49	260.37	59.05	1.43	7.69	47.54	-0.62	2,183.95
2565	3,493.96	516.06	34.59	31.10	211.45	-38.09	-3.78	4,245.29
2566	1,856.16	230.34	26.44	33.36	227.76	36.38	1.47	2,411.90

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 7 การลงทุนในนิติบุคคลในกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ แบ่งตามขนาดธุรกิจ (ล้านบาท)

ขนาดธุรกิจ	ปี 2562			ปี 2563			ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม
นิติบุคคล ขนาดเล็ก (S)	214,287.03	5,475.99	219,763.02	173,911.78	4,823.24	178,735.02	112,292.67	12,650.56	124,943.23	17,525.25	4,869.99	22,395.24	28,660.97	11,978.84	40,639.82
นิติบุคคล ขนาดกลาง (M)	476.71	280.41	757.12	3,060.61	654.72	3,715.33	2,386.97	3,415.50	5,802.47	160,721.41	3,129.27	163,850.68	172,726.56	1,461.14	174,187.70
นิติบุคคล ขนาดใหญ่ (L)	3,141.25	-	3,141.25	1,422.90	1,285.04	2,707.94	2,361.90	1,321.14	3,683.04	13,430.26	7,568.98	20,999.24	3,720.09	2,887.02	6,607.12
รวม	217,904.98	5,756.41	223,661.39	178,395.28	6,763.01	185,158.29	117,041.54	17,387.21	134,428.75	191,676.92	15,568.23	207,245.15	205,107.63	16,327.00	221,434.63
สัดส่วน	97.43	2.57	100.00	96.35	3.65	100.00	87.07	12.93	100.00	92.49	7.51	100.00	92.63	7.37	100.00

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

2. กลุ่มธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

1. นิติบุคคล

ตารางที่ 8 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

	ปี 2562			ปี 2563			ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	S	M	L	S	M	L	S	M	L	S	M	L	S	M	L
จำนวนนิติบุคคล ดำเนินการอยู่ (ราย)	5,516	75	26	5,373	260	55	5,760	214	45	5,972	223	43	6,066	248	56
รวม	5,617			5,688			6,019			6,238			6,370		
CAGR (62-66)	3.20%														
จำนวนนิติบุคคล จัดตั้งใหม่ (ราย)	479	3	1	427	1	-	459	-	1	482	3	-	502	-	-
รวม	483			428			460			485			502		
CAGR (62-66)	0.97%														
จำนวนนิติบุคคลเล็ก กิจการ (ราย)	201	-	-	164	-	-	160	1	-	191	-	-	204	-	-
รวม	201			164			161			191			204		
CAGR (62-66)	0.37%														

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 9 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562				ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566			
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม
1	18200: การผลิตซ้ำสื่อ บันทึก	209	3	1	213	185	5	-	190	169	4	-	173	160	3	-	163	137	3	-	140
2	32409: การผลิตเกม และของเล่นอื่นๆ ซึ่งมีได้ จัดประเภทไว้ในที่อื่น	146	9	3	158	153	9	4	166	149	8	4	161	147	10	4	161	140	11	5	156
3	46432: การขายส่งสื่อ บันทึกเสียงและวีดิทัศน์ ที่บันทึกข้อมูลแล้ว	98	3	-	101	84	4	1	89	93	2	1	96	94	1	1	96	96	2	-	98
4	46434: การขายส่งเกม และของเล่น	333	3	2	338	312	25	4	341	366	25	3	394	379	29	3	411	411	27	4	442
5	47412: ร้านขายปลีก เครื่องเล่นวีดิโอเกมและ ซอฟต์แวร์สำเร็จรูป	648	5	7	660	609	36	9	654	600	31	10	641	578	35	9	622	534	37	9	580
6	58113: การจัดพิมพ์ จำหน่ายหรือเผยแพร่ หนังสือออนไลน์	29	-	1	30	41	2	-	43	56	1	-	57	81	4	-	85	105	2	-	107
7	58114: กิจกรรมการดูแล สิทธิในการผลิตซ้ำหนังสือ เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	6	-	-	6	7	-	-	7	8	-	-	8	8	-	-	8	3	-	-	3
8	58122: การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือ เผยแพร่เกมและที่อยู่ทาง ไปรษณีย์ผ่านทางออนไลน์	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	2	-	-	-	-

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562				ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566			
9	58133: การจัดพิมพ์ จำหน่ายหรือเผยแพร่ หนังสือพิมพ์วารสารและ นิตยสารออนไลน์	36	-	-	36	32	-	-	32	37	1	-	38	40	1	-	41	46	1	-	47
10	58134: กิจกรรมการ ดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำ หนังสือพิมพ์วารสารและ นิตยสารเพื่อจำหน่าย หรือเผยแพร่	5	-	-	5	4	-	-	4	5	-	-	5	4	-	-	4	4	-	-	4
11	58192: การจัดพิมพ์ จำหน่ายหรือเผยแพร่ งานอื่นๆ ผ่านทาง ออนไลน์	183	-	-	183	209	5	-	214	300	7	1	308	330	8	1	339	362	11	-	373
12	58193: กิจกรรมการดูแล สิทธิในการผลิตซ้ำงานอื่นๆ เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	20	1	-	21	15	4	-	19	20	3	-	23	20	3	-	23	22	3	-	25
13	58201: การจัดทำ ซอฟต์แวร์เกมสำเร็จรูป	115	-	-	115	123	5	1	129	139	3	1	143	205	4	2	211	229	2	1	232
14	59111: กิจกรรมการผลิต ภาพยนตร์และวีดิทัศน์	1,155	15	1	1,171	1,129	56	4	1,189	1,235	43	3	1,281	1,303	43	3	1,349	1,340	53	4	1,397
15	59112: กิจกรรมการ ผลิตรายการโทรทัศน์	1,635	22	5	1,662	1,550	65	19	1,634	1,592	48	17	1,657	1,567	47	11	1,625	1,543	61	15	1,619

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562				ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566			
16	59121:การบริการตัดต่อภาพและเสียง	151	1	-	152	152	7	-	159	170	6	-	176	203	4	-	207	219	5	1	225
17	59122:การบริการทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกแอนิเมชันและเทคนิคพิเศษ	184	1	-	185	201	5	2	208	225	6	-	231	259	5	1	265	271	6	1	278
18	59129:กิจกรรมหลังการผลิตภาพยนตร์ วัสดุทัศน และรายการโทรทัศน์อื่นๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	44	-	-	44	46	2	-	48	49	2	-	51	59	2	-	61	54	4	1	59
19	59131: กิจกรรมการเผยแพร่ภาพยนตร์ วัสดุทัศน และรายการโทรทัศน์	55	1	-	56	57	3	2	62	77	3	1	81	82	6	1	89	92	1	3	96
20	59132: กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำ ภาพยนตร์วัสดุทัศนและรายการโทรทัศน์เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	26	-	-	26	26	1	-	27	29	2	-	31	27	2	-	29	27	5	1	33
21	59140: กิจกรรมด้านการจัดฉายภาพยนตร์	63	7	6	76	55	9	6	70	54	6	3	63	53	5	3	61	49	4	3	56
22	59201: กิจกรรมการบันทึกเสียงลงบนสื่อ	169	-	-	169	163	6	-	169	168	4	-	172	160	5	-	165	158	4	-	162

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562				ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566			
23	59202: กิจกรรมการจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่ดนตรี	90	2	-	92	92	5	2	99	79	5	1	85	73	2	3	78	72	2	4	78
24	59203: กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำดนตรีเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	37	-	-	37	37	3	-	40	41	3	-	44	37	2	1	40	41	2	3	46
25	63911: กิจกรรมสำนักข่าวสิ่งพิมพ์	42	1	-	43	46	1	1	48	50	1	-	51	53	1	-	54	53	1	1	55
26	63912: กิจกรรมสำนักข่าวสื่อโสตทัศน์	37	1	-	38	44	2	-	46	49	-	-	49	48	1	-	49	58	1	-	59
	รวม	5,516	75	26	5,617	5,373	260	55	5,688	5,760	214	45	6,019	5,972	223	43	6,238	6,066	248	56	6,370
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	98.20				94.46				95.70				95.74				95.23			
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	1.34				4.57				3.56				3.57				3.8			
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	0.46				0.97				0.75				0.69				0.88			

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 10 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
1	กรุงเทพฯ	3,830	3,844	3,963	4,061	4,097
2	ภาคกลาง	1,014	1,044	1,156	1,227	1,279
3	ภาคตะวันออก	154	155	181	187	177
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	198	193	226	237	240
5	ภาคเหนือ	213	236	263	254	287
6	ภาคใต้	168	174	183	215	231
7	ภาคตะวันตก	40	42	47	57	59
	รวม	5,617	5,688	6,019	6,238	6,370

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 11 รายได้รวมของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (ล้านบาท)

	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
1	18200: การผลิตซ้ำสื่อบันทึก	1,725.70	1,383.61	951.17	1,019.39	1,015.05
2	32409: การผลิตเกมและของเล่นอื่นๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	8,712.99	8,168.35	7,991.67	8,632.79	6,797.86
3	46432: การขายส่งสื่อบันทึกเสียงและวีดิทัศน์ที่บันทึกข้อมูลแล้ว	2,710.89	2,374.27	1,891.36	456.60	724.49
4	46434: การขายส่งเกม และของเล่น	6,751.33	5,659.21	6,195.24	6,138.10	7,272.86
5	47412: ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวีดิโอเกมและซอฟต์แวร์สำเร็จรูป	16,764.70	18,328.86	19,641.28	24,064.20	23,067.03

	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
6	58113: การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่หนังสือออนไลน์	420.07	365.55	703.51	782.62	1,090.25
7	58114: กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำหนังสือเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	3.36	8.95	2.15	2.20	4.20
8	58122: การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่มานุกรมและที่อยู่ทางไปรษณีย์ผ่านทางออนไลน์	-	-	0.12	-	-
9	58133: การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่หนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสารออนไลน์	132.77	226.61	218.19	224.11	189.82
10	58134: กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำหนังสือพิมพ์วารสารและนิตยสารเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	0.15	5.99	3.33	2.00	11.78
11	58192: การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่รายงานอื่นๆ ผ่านทางออนไลน์	1,334.96	1,863.08	2,015.62	2,365.24	2,062.18
12	58193: กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำงานอื่นๆ เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	411.60	193.64	278.54	365.35	425.26
13	58201: การจัดทำซอฟต์แวร์เกมสำเร็จรูป	985.01	968.44	1,929.55	1,187.00	1,215.30
14	59111: กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์	12,487.68	10,156.69	9,721.37	12,683.47	12,612.04
15	59112: กิจกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์	34,082.92	24,549.34	20,837.13	26,928.20	28,761.26
16	59121: การบริการตัดต่อภาพและเสียง	1,325.88	1,031.98	1,059.71	1,923.43	1,344.03
17	59122: การบริการทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกแอนิเมชันและเทคนิคพิเศษ	1,740.66	1,521.23	2,037.38	2,087.27	2,166.13
18	59129: กิจกรรมหลังการผลิตภาพยนตร์ วีดิทัศน์ และรายการโทรทัศน์อื่นๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	486.15	342.89	385.75	1,083.62	913.53

	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
19	59131: กิจกรรมการเผยแพร่ภาพยนตร์ วิดีทัศน์ และรายการโทรทัศน์	1,462.40	1,110.28	1,221.44	1,646.51	-426.70
20	59132: กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำภาพยนตร์ วิดีทัศน์และรายการโทรทัศน์เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	486.59	372.08	209.46	2,057.77	2,182.48
21	59140: กิจกรรมด้านการจัดฉายภาพยนตร์	16,468.38	6,065.58	7,950.89	8,829.62	11,326.50
22	59201: กิจกรรมการบันทึกเสียงลงบนสื่อ	1,029.73	777.69	962.23	964.86	749.42
23	59202: กิจกรรมการจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่ดนตรี	5,367.01	4,125.74	3,204.31	4,859.04	2,748.20
24	59203: กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำดนตรีเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่	512.07	522.62	699.01	1,404.30	1,775.23
25	63911: กิจกรรมสำนักข่าวสิ่งพิมพ์	1,039.81	222.59	193.92	1,200.10	331.61
26	63912: กิจกรรมสำนักข่าวสื่อโสตทัศน์	424.33	180.23	156.23	248.88	226.17
	รวม	116,867.14	90,525.50	90,460.56	111,156.67	108,585.98

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 12 รายได้รวมของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ แบ่งตามภาค (ล้านบาท)

	กรุงเทพฯ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันตก	รวมทั้งประเทศ
2562	95,808.97	17,291.29	1,750.73	954.20	716.72	289.99	55.23	116,867.14
2563	71,382.38	15,584.00	1,824.68	737.60	763.31	208.80	24.70	90,525.47
2564	70,363.82	16,077.71	1,445.58	858.80	605.35	1,031.95	77.35	90,460.56
2565	89,948.97	17,908.64	1,613.87	738.71	600.68	293.46	52.34	111,156.67
2566	90,848.46	13,933.47	1,656.80	917.27	607.66	536.14	86.19	108,585.98

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 13 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ แบ่งตามภาค (ล้านบาท)

	กรุงเทพฯ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันตก	รวมทั้งประเทศ
2562	3,943.12	420.72	- 991.59	18.16	5.04	11.40	11.07	3,417.92
2563	-2,247.56	- 497.36	- 175.80	5.45	- 6.30	- 18.32	- 16.68	- 2,956.57
2564	683.99	415.61	- 285.11	30.41	34.37	- 15.15	6.41	870.54
2565	2,469.15	- 191.92	- 41.44	- 22.13	- 5.83	- 13.16	4.04	2,198.71
2566	5,048.06	- 6,339.33	- 2.98	36.71	- 101.71	73.55	- 4.01	- 1,289.72

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 14 การลงทุนของนิติบุคคลต่างชาติของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ แบ่งตามขนาดธุรกิจ (ล้านบาท)

ขนาดธุรกิจ	ปี 2562			ปี 2563			ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม
นิติบุคคล ขนาดเล็ก (S)	35,574.70	4,078.51	39,653.21	24,564.04	6,981.51	31,545.55	36,511.60	2,772.92	39,284.52	35,700.82	7,217.96	42,918.78	35,985.43	6,991.08	42,976.50
นิติบุคคล ขนาดกลาง (M)	15,092.31	1,131.93	16,224.24	18,657.12	2,433.20	21,090.32	9,997.77	6,782.06	16,779.83	15,909.82	1,912.85	17,822.67	14,955.45	1,860.55	16,816.00
นิติบุคคล ขนาดใหญ่ (L)	11,264.53	6,806.89	18,071.42	18,553.91	2,036.60	20,590.51	22,351.50	1,539.76	23,891.25	21,520.54	2,258.29	23,778.83	24,509.91	3,086.02	27,595.93
รวม	61,931.54	12,017.33	73,948.87	61,775.07	11,451.31	73,226.38	68,860.86	11,094.74	79,955.60	73,131.18	11,389.10	84,520.28	75,450.78	11,937.65	87,388.43
สัดส่วน	80.44	19.56	100.00	78.77	21.23	100.00	79.43	20.57	100.00	86.53	13.47	100.00	86.34	13.66	100.00

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

3. กลุ่มธุรกิจบริการด้านดิจิทัล

1. นิติบุคคล

ตารางที่ 15 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจบริการด้านดิจิทัล

	ปี 2562			ปี 2563			ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	S	M	L	S	M	L	S	M	L	S	M	L	S	M	L
จำนวนนิติบุคคล ดำเนินการอยู่ (ราย)	11,974	100	83	12,526	426	245	14,948	461	251	16,632	514	259	18,371	582	282
รวม	12,157			13,197			15,660			17,405			19,235		
CAGR (62-66)	12.15%														
จำนวนนิติบุคคล จัดตั้งใหม่ (ราย)	1,430	6	-	1,629	7	3	2,829	2	-	2,398	3	3	2,723	4	2
รวม	1,436			1,639			2,831			2,404			2,729		
CAGR (62-66)	17.41%														
จำนวนนิติบุคคลเล็ก กิจการ (ราย)	401	-	-	441	3	3	541	2	4	723	2	2	741	2	2
รวม	401			447			547			727			745		
CAGR (62-66)	16.75%														

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 16 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจบริการด้านดิจิทัล แบ่งตามประเภทธุรกิจ (ราย)

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562				ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566			
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม
1	18121: การบริการก่อนการพิมพ์	724	5	2	731	722	13	-	735	673	7	-	680	653	8	-	661	644	9	-	653
2	47620: การขายปลีกเครื่องบันทึกเสียงเพลงและเครื่องบันทึกวีดิทัศน์ในร้านค้าเฉพาะ	74	1	1	76	65	1	1	67	68	-	1	69	62	-	1	63	60	-	1	61
3	47911: การขายปลีกโดยการรับส่งสินค้าทางไปรษณีย์ โทรทัศน์วิทยุ และโทรศัพท์	146	2	5	153	138	3	7	148	154	6	5	165	176	5	6	187	217	9	6	232
4	47912: การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต	1,765	3	6	1,774	2,449	20	18	2,487	3,967	44	22	4,033	5,282	69	24	5,375	6,668	86	28	6,782
5	62021: กิจกรรมการให้คำปรึกษาทางด้านฮาร์ดแวร์	552	1	1	554	561	15	6	582	573	17	6	596	589	14	6	609	617	15	8	640
6	62022: กิจกรรมการให้คำปรึกษาทางด้านซอฟต์แวร์	1,499	4	1	1,504	1,555	61	9	1,625	1,746	61	12	1,819	1,882	70	16	1,968	2,073	76	21	2,170
7	62023: กิจกรรมการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านคอมพิวเตอร์	1,090	5	1	1,096	1,073	41	10	1,124	1,124	41	10	1,175	1,106	40	10	1,156	1,134	45	12	1,191
8	62090: กิจกรรมการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์อื่นๆ	1,553	8	8	1,569	1,474	64	22	1,560	1,510	84	21	1,615	1,602	87	22	1,711	1,636	105	25	1,766

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562				ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566			
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม
9	63111: กิจกรรมการบริหารจัดการและประมวลผลข้อมูล	431	6	1	438	388	18	12	418	440	17	10	467	444	17	10	471	435	22	8	465
10	63112: กิจกรรมการสร้างแม่ข่าย	200	1	3	204	237	10	2	249	601	10	2	613	545	7	3	555	478	14	4	496
11	63113: การบริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้า/บริการโดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	641	3	1	645	724	11	4	739	807	11	7	825	905	16	6	927	977	19	5	1,001
12	63120: เว็บทำ	40	-	-	40	39	1	-	40	47	1	-	48	42	-	-	42	41	-	-	41
13	63990: กิจกรรมบริการสารสนเทศอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	189	2	7	198	203	16	6	225	213	19	5	237	209	17	6	232	203	11	6	220
14	64191: ธนาคารพาณิชย์	5	4	15	24	4	1	18	23	9	-	18	27	3	-	18	21	1	-	17	18
15	64194: ธนาคารเฉพาะกิจ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	1	-	-	1
16	64922: การให้สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค	103	-	-	103	133	1	2	136	158	1	2	161	172	5	3	180	183	5	5	193

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562				ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566			
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม
17	64924: การให้สินเชื่อบัตรเครดิต	19	2	4	25	14	2	8	24	14	-	8	22	17	1	7	25	13	-	9	22
18	65110: การประกันชีวิต	35	7	9	51	30	-	19	49	48	1	18	67	41	1	18	60	37	1	18	56
19	65120: การประกันวินาศภัย	74	12	14	100	51	5	43	99	57	7	41	105	55	6	40	101	48	5	38	91
20	66221: กิจกรรมของตัวแทนและนายหน้าประกันชีวิต	697	1	-	698	683	9	5	697	696	11	4	711	699	16	3	718	719	17	3	739
21	66222: กิจกรรมของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย	695	8	-	703	578	85	21	684	629	77	21	727	630	88	22	740	669	84	27	780
22	66120: กิจกรรมตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	2	-	-	2	2	-	-	2	1	-	-	1	1	-	-	1	1	-	-	1
23	66121: กิจกรรมนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์	112	14	1	127	90	11	27	128	75	13	30	118	113	10	30	153	115	13	30	158
24	66192: กิจกรรมการประมวลผลและการเรียกชำระเงินสำหรับธุรกรรมทางการเงิน (e-payment)	85	9	3	97	100	9	4	113	112	9	6	127	133	8	6	147	148	12	7	167

ที่	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562				ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565				ปี 2566			
		S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม	S	M	L	รวม
25	95110: การซ่อมคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง	466	1	-	467	455	12	-	467	465	11	1	477	483	13	1	497	478	14	1	493
26	95120: การซ่อมอุปกรณ์สื่อสาร	144	1	-	145	140	8	-	148	150	7	-	157	148	7	-	155	141	7	2	150
27	95210: การซ่อมเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภค	126	-	-	126	126	2	-	128	122	-	-	122	127	1	-	128	123	2	-	125
28	95220: การซ่อมเครื่องใช้ในครัวเรือนและอุปกรณ์สำหรับบ้านและสวน	507	-	-	507	492	7	1	500	489	6	1	496	512	8	1	521	511	11	1	523
	รวม	11,974	100	83	12,157	12,526	426	245	13,197	14,948	461	251	15,660	16,632	514	259	17,405	18,371	582	282	19,235
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดเล็ก (S) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	98.50				94.91				95.45				95.56				95.50			
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดกลาง (M) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	0.82				3.23				2.94				2.95				3.03			
	สัดส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ (L) กับนิติบุคคลทั้งหมด (%)	0.68				1.86				1.60				1.49				1.47			

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 17 จำนวนนิติบุคคลธุรกิจบริการด้านดิจิทัล แบ่งตามภูมิภาค (ราย)

ที่	ภูมิภาค	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
1	กรุงเทพฯ	7,040	7,332	8,103	8,809	9,407
2	ภาคกลาง	2,402	2,693	3,282	3,676	4,140
3	ภาคตะวันออก	597	684	843	982	1,169
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	648	803	1,150	1,323	1,523
5	ภาคเหนือ	671	791	1,109	1,249	1,402
6	ภาคใต้	661	726	922	1,080	1,243
7	ภาคตะวันตก	138	168	251	286	351
	รวม	12,157	13,197	15,660	17,405	19,235

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 18 รายได้รวมของธุรกิจบริการด้านดิจิทัล (ล้านบาท)

	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
1	18121: การบริการก่อนการพิมพ์	6,183.25	4,654.68	4,681.94	4,961.72	5,128.65
2	47620: การขายปลีกเครื่องบันทึกเสียงเพลงและเครื่องบันทึกวีดิทัศน์ในร้านค้าเฉพาะ	1,607.18	1,531.29	880.25	750.31	873.55
3	47911: การขายปลีกโดยการรับส่งสินค้าทางไปรษณีย์โทรทัศนวิทยุ และโทรศัพท์	8,816.96	9,103.57	8,216.01	8,319.08	6,400.37
4	47912: การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต	147,914.86	117,329.68	143,225.36	179,353.47	185,300.98
5	62021: กิจกรรมการให้คำปรึกษาทางด้านฮาร์ดแวร์	15,936.98	15,337.33	14,060.36	16,480.94	19,144.81
6	62022: กิจกรรมการให้คำปรึกษาทางด้านซอฟต์แวร์	17,515.17	19,961.94	24,116.89	28,479.83	27,852.09
7	62023: กิจกรรมการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านคอมพิวเตอร์	20,213.71	21,289.73	16,755.94	18,378.47	19,726.60
8	62090: กิจกรรมการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์อื่นๆ	48,149.58	52,779.53	58,389.92	67,098.58	78,977.92
9	63111: กิจกรรมการบริหารจัดการและประมวลผลข้อมูล	14,702.43	10,159.20	9,802.89	9,805.26	9,105.95
10	63112: กิจกรรมการสร้างแม่ข่าย	3,789.73	4,250.90	5,120.51	5,935.42	6,640.80
11	63113: การบริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้า/บริการโดยวิธีใช้อิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	9,910.64	13,167.29	13,664.00	20,127.36	52,828.53
12	63120: เว็บไซต์	170.44	128.67	67.83	79.60	90.64
13	63990: กิจกรรมบริการสารสนเทศอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	18,894.85	22,069.58	22,629.93	21,840.37	24,909.18

	ประเภทธุรกิจ	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
14	64191: ธนาคารพาณิชย์	845,800.23	777,630.13	831,330.94	912,250.93	1,105,345.64
15	64194: ธนาคารเฉพาะกิจ	-	-	-	0.38	-
16	64922: การให้สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค	4,583.72	5,034.62	5,636.67	10,752.67	5,647.21
17	64924: การให้สินเชื่อบัตรเครดิต	84,539.44	70,388.42	58,158.27	58,551.91	71,915.61
18	65110: การประกันชีวิต	557,296.66	467,818.66	541,990.38	536,443.22	550,143.86
19	65120: การประกันวินาศภัย	199,992.64	204,837.64	205,779.34	231,682.33	212,027.93
20	66221: กิจกรรมของตัวแทนและนายหน้าประกันชีวิต	7,001.68	6,420.26	5,333.18	5,312.85	5,811.05
21	66222: กิจกรรมของตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย	29,773.82	30,152.69	30,893.79	33,712.51	36,035.69
22	66120: กิจกรรมตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	-	-	-	-	-
23	66121: กิจกรรมนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์	37,249.52	42,757.16	55,124.91	46,948.57	39,870.99
24	66192: กิจกรรมการประมวลผลและการเรียกชำระเงินสำหรับธุรกรรมทางการเงิน	7,211.71	10,829.09	13,899.74	19,110.38	18,893.65
25	95110: การซ่อมคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง	2,906.00	2,886.16	3,667.11	4,017.98	4,912.14
26	95120: การซ่อมอุปกรณ์สื่อสาร	1,648.24	1,507.76	1,233.85	1,743.56	1,589.78
26	95210: การซ่อมเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภค	642.96	503.07	489.26	561.20	487.66
27	95220: การซ่อมเครื่องใช้ในครัวเรือนและอุปกรณ์สำหรับบ้านและสวน	2,775.60	2,807.69	3,019.86	3,157.79	3,136.41
	รวม	2,095,228.00	1,915,336.74	2,078,169.13	2,245,856.69	2,492,797.69

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 19 รายได้รวมของธุรกิจบริการด้านดิจิทัล แบ่งตามภาค (ล้านบาท)

	กรุงเทพฯ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันตก	รวมทั้งประเทศ
2562	2,051,595.79	28,702.57	6,943.09	2,620.27	2,565.36	2,043.82	754.93	2,095,225.85
2563	1,866,160.79	32,577.80	6,689.15	3,829.20	3,011.33	2,207.04	858.75	1,915,334.06
2564	2,020,141.25	37,432.18	8,831.33	4,201.38	3,865.18	2,510.15	1,187.66	2,078,169.13
2565	2,179,651.30	42,745.61	8,993.16	5,176.45	4,764.44	3,323.80	1,201.49	2,245,856.25
2566	2,417,172.67	47,118.20	10,969.03	6,591.74	5,696.49	3,833.54	1,415.99	2,492,797.67

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 20 กำไร (ขาดทุน) สุทธิของธุรกิจบริการด้านดิจิทัล แบ่งตามภาค (ล้านบาท)

	กรุงเทพฯ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันตก	รวมทั้งประเทศ
2562	316,369.64	455.33	121.51	148.32	240.13	131.00	58.39	317,524.32
2563	194,998.27	-381.17	-46.52	191.05	117.68	136.05	59.33	195,074.68
2564	243,329.09	734.16	-90.91	153.39	106.53	145.17	53.51	244,430.95
2565	237,105.58	1,336.92	-142.96	223.46	105.16	145.25	70.81	238,844.23
2566	300,659.16	1,529.80	-101.34	279.47	209.69	112.39	56.36	302,745.53

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ตารางที่ 21 การลงทุนในนิติบุคคลในกลุ่มธุรกิจบริการด้านดิจิทัล แบ่งตามขนาดธุรกิจ (ล้านบาท)

ขนาดธุรกิจ	ปี 2562			ปี 2563			ปี 2564			ปี 2565			ปี 2566		
	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม
นิติบุคคล ขนาดเล็ก (S)	103,627.21	67,906.55	171,533.76	49,986.82	13,385.95	63,372.76	66,106.61	14,395.06	80,501.67	88,817.81	15,362.10	104,179.92	68,239.15	13,057.59	81,296.74
นิติบุคคล ขนาดกลาง (M)	65,103.94	81,622.36	146,726.29	38,899.13	23,176.38	62,075.51	29,147.47	7,949.38	37,096.85	66,155.85	11,724.99	77,880.84	67,763.90	22,800.15	90,564.05
นิติบุคคล ขนาดใหญ่ (L)	411,498.38	255,811.91	667,310.29	481,993.37	402,937.67	884,931.05	491,409.39	363,116.43	854,525.81	468,858.69	351,264.04	820,122.72	532,865.22	333,920.74	866,785.96
รวม	580,229.53	405,340.81	985,570.34	570,879.32	439,500.00	1,010,379.32	586,663.47	385,460.87	972,124.34	623,832.35	378,351.13	1,002,183.48	668,868.28	369,778.48	1,038,646.76
สัดส่วน	58.87	41.13	100	56.50	43.50	100	60.35	39.65	100	62.25	37.75	100	64.40	35.60	100

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ที่ปรึกษา

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

นางสาววรพัทธ์ จีตะดิolk

ผู้อำนวยการกองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรม
และธุรกิจบริการ

คณะผู้จัดทำ

นางสาวปัญชานี เล่ห์มงคล

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

นางสาวดวงมน สุขสมาน

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

นางสาวเกวลิณ ใจเย็น

นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

นางสาวชลิดา ภาณุพงษ์สุรภา

นักวิชาการพาณิชย์



สำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า



@TPSO.Tradeinsights



คิดค่า.com
ข้อมูลและบทวิเคราะห์
ด้านเศรษฐกิจการค้า



www.tps.go.th



วารสารในรูปแบบ
ออนไลน์

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 02 507 7049