

Special Report

- 4IR กับเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่
- CROWDSOURCING กับ MOC 4.0



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

▶ เข้าสู่เดือนที่ 2 ของปี เชื่อว่าทุกท่านน่าจะกลับมาสู่การทำงานกันอย่างเต็มระบบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เช่นเดียวกับ **สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.)** ก็ยังคงเดินเครื่อง ปฏิบัติภารกิจด้านการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประโยชน์ต่อหลายภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจที่เปรียบเสมือนกำลังหลักในระบบเศรษฐกิจของประเทศ

ในฉบับนี้ เราจะพาทุกท่านขยับเข้าใกล้เรื่องราวเทคโนโลยีขึ้นอีกระดับ โดยหยิบเอาข้อมูลความรู้ในเรื่อง Crowdsourcing หนึ่งในวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจโดยอาศัยพลังของกลุ่มคนจำนวนมาก (Mass) ในการปฏิบัติภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานในองค์กรได้อย่างหลากหลาย ช่วยยกระดับองค์กรสู่ MOC 4.0 ตามนโยบายของรัฐบาล ตลอดจนบทความที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจการค้าโลกในช่วงต้นของศตวรรษที่ 21 หรือที่รู้จักกันในชื่อ ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (4th Industrial Revolution - 4IR) ที่นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตและเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่ ทั้งในด้านพฤติกรรม การบริโภค การใช้จ่ายใช้สอย รูปแบบธุรกิจ ผลกระทบทั้งสินค้าและบริการ โดยเชื่อมโยงเทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งด้านดิจิทัล ด้านกายภาพและชีวภาพ เข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

รวมถึงบทวิเคราะห์เจาะลึกที่เราได้รับเกียรติจาก ดร.ไพศาล มะระพุทธสุวรรณ ที่เผยถึงศักยภาพและกำลังซื้อของประเทศอินเดีย ดินแดนที่มีจำนวนประชากรสูงเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก และความน่าสนใจในแง่มุมทางวัฒนธรรมที่แพร่หลายของชาวอินเดียเรื่องการรับประทานอาหารปิ่นโต รวมถึงความแพร่หลายในธุรกิจส่งอาหารปิ่นโต หรือ ดับบาวาลา (Dabbawala) ซึ่งในจุดนี้เอง น่าจะเป็นอีกโอกาสหนึ่งที่ไม่ควรมองข้ามสำหรับเป้าหมายในการก้าวไปสู่ศักราชของไทย

TPSO Journal หวังเป็นอย่างยิ่งว่า เนื้อหา สาระจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ที่บรรจุลงในฉบับนี้ จะเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่สร้างแนวคิด องค์กรความรู้ และแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจต่อไป

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

Getting Around with TPSO

เมื่อวันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2561 เวลา 08.00 น. ณ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดพิธีทำบุญและสักการะสิ่งศักดิ์เนื่องในโอกาสครบรอบ 3 ปี แห่งการก่อตั้งสำนักงานฯ ซึ่งภายในพิธีประกอบไปด้วย นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า พร้อมด้วย รองผู้อำนวยการสำนักงานฯ นางสุรีย์พร สหวัฒน์ รวมถึง ข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้าง และบุคลากรของสำนักงานฯ ร่วมในพิธีด้วย



วารสาร สนค.

ปีที่ 8 ฉบับที่ 79 กุมภาพันธ์ 2561

www.tpsoc.moc.go.th

CONTENTS

03 Special Report

4IR กับเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่

06 Special Report

CROWDSOURCING กับ MOC 4.0

08 Economic Indicatorial Report

ภาพรวมเศรษฐกิจ

10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : พหุศักราช 2560

11 Commodities & Fx

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร
: ธันวาคม 2560

12 Global News

4IR



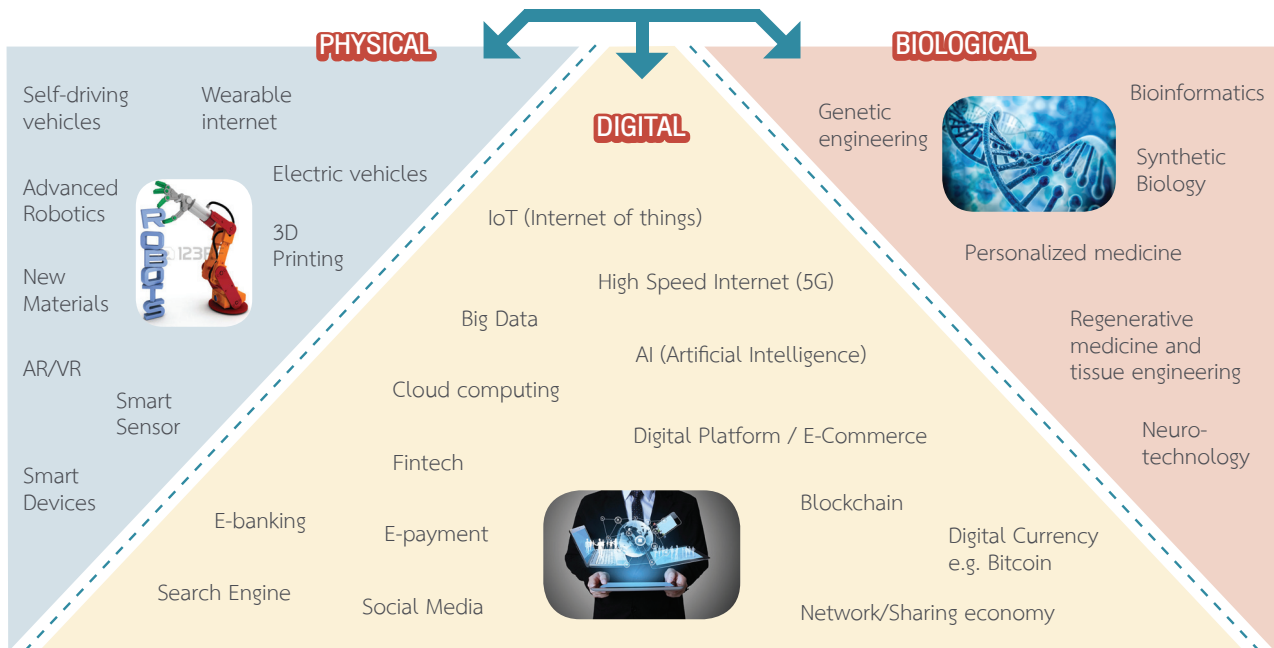
กับเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่

เศรษฐกิจโลกมีการพัฒนาการมาตลอดทุกยุคทุกสมัย ในช่วงเวลาหลายพันปีที่ผ่านมา มนุษย์เราได้คิดค้นเทคโนโลยีต่างๆ และได้รังสรรค์สิ่งก่อสร้างที่ใหญ่โตอลังการและสิ่งประดิษฐ์ที่เปลี่ยนแปลงชีวิตความเป็นอยู่ไว้มากมาย อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจโลกเพิ่งมีการพัฒนาการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดในช่วง 200 ปีที่ผ่านมา หลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 1 เมื่อศตวรรษที่ 18 หลังจากนั้น มีการปฏิวัติอุตสาหกรรม (IR: Industrial Revolution) อีกหลายครั้ง จนถึงปัจจุบันเศรษฐกิจโลกก็มีการพัฒนาการอย่างก้าวกระโดดสูงส่งอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน บทความนี้จะอธิบายการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจการค้าของโลกในช่วงต้นของศตวรรษที่ 21 หรือยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (4IR) ซึ่งเป็นครั้งล่าสุดและกำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตและเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่ ทั้งพฤติกรรมผู้บริโภค การจับจ่ายใช้สอย รูปแบบธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ทั้งสินค้าและบริการ โดยมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน รวมทั้ง มีความเป็นอัจฉริยะและอัตโนมัติมากขึ้น ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งด้านดิจิทัล ด้านกายภาพและด้านชีวภาพ



Welcome to the Industrial Revolution 4.0

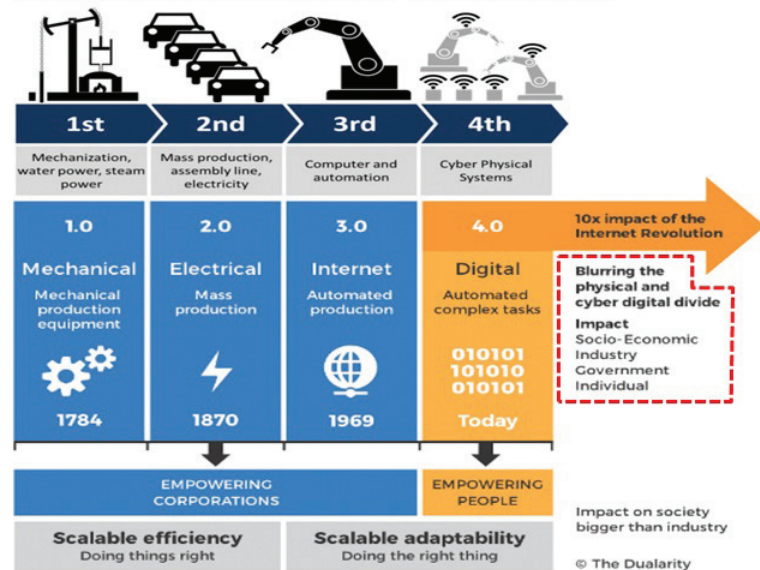
Key Technologies



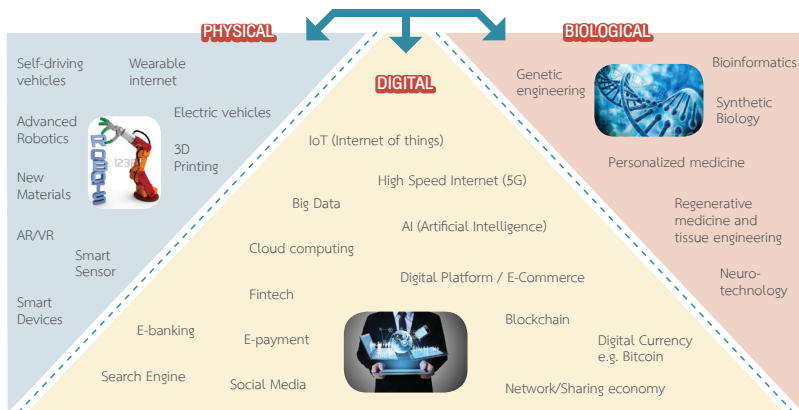
4IR (4th Industrial Revolution) คืออะไร

การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 1 คือยุคเครื่องจักรกล ที่มีการใช้พลังงานจากไอน้ำและใช้เครื่องจักรกลมาทุนแรงมนุษย์ อย่างไรก็ตามการใช้พลังงานไอน้ำก่อให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรมากมายและไม่สามารถกักเก็บพลังงานไว้ในอนาคต การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 2 ได้เกิดขึ้นเพื่อมาแก้ปัญหาข้อจำกัดนี้ ด้วยการคิดค้นไฟฟ้า ที่สามารถเก็บไว้ในอนาคตได้ อย่างไรก็ตามการผลิตสินค้าและบริการในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 2 ยังคงต้องใช้แรงงานมนุษย์เป็นสำคัญ จึงก่อให้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 ที่มีการคิดค้นระบบคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อควบคุมเครื่องจักรให้ทำงานอย่างอัตโนมัติแทนมนุษย์มากขึ้น ทำให้ผลผลิตของแรงงานพุ่งขึ้นอย่างรวดเร็ว และยังมีเครื่องระบบสื่อสารที่ทันสมัยผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ต้นทุนการสื่อสารทางไกลถูกลงมาก ส่งผลให้เกิดกระแสโลกาภิวัตน์ ให้มนุษย์ทุกคนอยู่ใกล้ชิดกันแค่ปลายนิ้วสัมผัส อย่างไรก็ตามในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 พัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดขึ้นอย่างเนืองแน่น และไม่ได้มีความเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีด้านอื่นๆมากนัก การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 จึงเป็นยุคที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งด้านดิจิทัล (Digital) กายภาพ (Physical) และชีวภาพ (Biological) มาผสมผสานประยุกต์ใช้ด้วยกันอย่างกลมกลืน (Cyber Physical System) โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นจุดเชื่อมโยงและก้าวกระโดดสำคัญ ซึ่งจะก่อให้เกิดความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Connection) รวมทั้ง มีความเป็นอัจฉริยะและอัตโนมัติ (Intelligence & Automation) มากขึ้น ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งด้านดิจิทัล ด้านกายภาพและด้านชีวภาพ ซึ่งผลกระทบจะแตกต่างกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเร็ว ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทวีคูณ (Exponential) 2) ขอบเขต ครอบคลุมทุกประเภทสินค้าและบริการ และ 3) ผลกระทบทางระบบ ซึ่งครอบคลุมทุกภาคส่วนและระบบการดำเนินงานของสังคมทั้งหมด

Welcome to the Industrial Revolution 4.0



Source: WEF, Christoph Roser at AllaboutLean.com,
<http://www.thedualitytv.com/industrial-revolution-4-0-2>



ต่อกับอินเทอร์เน็ตมีราคาถูกลงมาก ประกอบกับการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง รวมทั้ง การพัฒนาระบบการเก็บข้อมูลดิจิทัลจำนวนมาก ระบบวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลดิจิทัลอัจฉริยะและปัญญาประดิษฐ์ (Big Data & AI) เพื่อสร้างประโยชน์ได้ในทุกภาคส่วน นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงดิจิทัลก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ของปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น การติดต่อสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ (Social Media) การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่าน Digital Platform การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) การทำธุรกรรมผ่านระบบ Blockchain เป็นต้น

2. ด้านกายภาพ (Physical) อาทิ 1) หุ่นยนต์อัจฉริยะ ที่เข้ามาทำงานในภาคบริการและเกษตรมากขึ้น เพิ่มเติมจากภาคอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถรับรู้ข้อมูลและวิเคราะห์ประมวลผลได้อย่างอัจฉริยะและอัตโนมัติ ผ่านข้อมูลดิจิทัลจำนวนมากที่เชื่อมต่อกันผ่านอินเทอร์เน็ต 2) เครื่องพิมพ์สามมิติ 3) ยานยนต์ไร้คนขับ 4) วัสดุใหม่ เช่น กราฟีนที่มีความหนาเพียงหนึ่งอะตอมเท่านั้น บางกว่าเส้นผมมนุษย์ถึง 1 ล้านเท่า แต่มีความแข็งแรงสูงกว่าเหล็กกล้าที่มีน้ำหนักเท่ากันถึง 200 เท่า เป็นต้น 5) อุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart devices)

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

3 กลุ่มเทคโนโลยีเปลี่ยนโลกในยุค

1. ด้านดิจิทัล (Digital) อาทิ IoT (Internet of Things), High Speed Internet, Big Data, Cloud Computing, AI (Artificial Intelligence), Digital Platform, E-Commerce/E-Marketplace, Blockchain, Digital Currency, Fintech, E-Banking, E-Payment, Search Engine, Social Media, Network & Sharing Economy การปฏิวัติเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) ถือเป็นสะพานเชื่อมสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน จากการที่ทุกสิ่งถูกเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (IoT) ผ่านอุปกรณ์เซ็นเซอร์หรืออุปกรณ์เชื่อมต่อ

ผลกระทบ

สำคัญของการค้ายุคดิจิทัล

◆ **Digital Platform มีบทบาทมากขึ้น** โดยเฉพาะ Digital Platform เข้ามาทดแทนตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้ขายและผู้ซื้อได้มากยิ่งขึ้น ช่วยลดต้นทุนในการหาข้อมูลและกระจายข้อมูลให้ทั่วถึงของลูกค้า อาทิ การรีวิวต่างๆ ช่วยทำให้ธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจของบุคคลธรรมดาขยายการผลิตและการค้าได้สะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะในการส่งออกที่ทำให้การค้ายุคใหม่ไร้พรมแดนมากขึ้นเรื่อยๆ

◆ **การค้าปลีกออนไลน์ (E-tail)** ขยายตัวอย่างรวดเร็ว การค้าระหว่างประเทศปริมาณน้อยๆ ที่มีมูลค่าต่ำขายตัวมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กหรือบุคคลธรรมดาสามารถทำการค้าได้เองมากขึ้น (B2C หรือ C2C มากขึ้น) ผ่าน Digital Platform ต่างๆ เช่น eBay หรือ Alibaba เป็นต้น ซึ่งก่อนหน้านี้สินค้าหรือบริการมูลค่าต่ำประสบปัญหาต้นทุนการค้าที่สูง ทั้งค่าขนส่ง ค่าธรรมเนียมทางการเงิน ค่าพิธีการทางศุลกากร ทำให้ไม่คุ้มกับการทำการค้า ทั้งนี้ การศึกษาโดยสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ พบว่าผู้ส่งออกส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นใหม่เป็นผู้ส่งออกขนาดเล็ก และส่วนใหญ่ ไม่สามารถอยู่รอดในตลาดส่งออกได้นาน การค้าในยุคดิจิทัลจึงสามารถช่วยลดปัญหาการอยู่รอดของผู้ค้าขนาดเล็กได้ และทำให้ผู้เล่นรายเล็กๆ และธุรกิจยุคใหม่มีบทบาทมากขึ้น (ถ้าเข้าถึงและปรับตัวเท่าทันเทคโนโลยี)

◆ **การค้าบริการมากขึ้น** เส้นแบ่งระหว่างสินค้าและบริการไม่ชัดเจน จะผสมผสานกันมากขึ้น ทำให้การแบ่งระหว่างภาคการผลิตและภาคบริการไม่ชัดเจน โดยมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวเชื่อมโยงสินค้าและบริการเข้าด้วยกัน โดยปรากฏการณ์การผสมผสานนี้สามารถเกิดขึ้นได้เมื่อสินค้าทางกายภาพถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสั่งและให้บริการ (Embedded Services) อาทิ โทรศัพท์มือถือที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสั่งบริการต่างๆ รวมทั้งก่อให้เกิดบริการรูปแบบ Application ต่างๆ มากมาย เพื่ออำนวยความสะดวก รวมทั้งการบริการยังมีความเกี่ยวข้องในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ทั้งต้นน้ำและปลายน้ำที่มีมูลค่าเพิ่มสูง อาทิ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ การให้คำปรึกษา การกระจายสินค้า การตลาดและการขาย การบริการหลังการขาย จึงทำให้สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของภาคบริการในมูลค่าการส่งออกสินค้าเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งถ้ามูลค่าเพิ่มของภาคบริการที่ถูก “ซ่อน” อยู่ในมูลค่าสินค้าขั้นสุดท้ายถูกแยกออกมา จะทำให้มูลค่าเพิ่มภาคบริการมีสัดส่วนสูงถึงเกือบร้อยละ 50 ซึ่งมากกว่าภาคการผลิต ที่จากเดิมภาคบริการมีสัดส่วนอยู่เพียงร้อยละ 20-30 ในมูลค่าการส่งออกรวมเท่านั้น ทำให้ภาคบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นกลจักรในการผลักดันการส่งออกอย่างแท้จริง

◆ **Big Data และการแลกเปลี่ยนข้อมูลมีบทบาทมากขึ้น** การเชื่อมโยงกันทางดิจิทัลทำให้อุตสาหกรรมบริการข้อมูลมีบทบาทในการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น อาทิ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ การบริการความปลอดภัยทางไซเบอร์ หรือการบริการคอมพิวเตอร์ทางไกล นอกจากนี้ การเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลยังทำให้อุตสาหกรรมบริการดั้งเดิมอื่นๆ เช่น การขนส่ง หรือการบริการที่พัก สามารถถูกส่งออกได้มากขึ้น โดยที่ผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมีสาขาอยู่ในประเทศของผู้รับบริการ อาทิ Grab, Uber, Airbnb

◆ **ปัญหาความมั่นคงทางไซเบอร์** การหลอกลวงทางอินเทอร์เน็ต และความเป็นส่วนบุคคล จะมีมากขึ้นตามการขยายตัวทางดิจิทัลและการเคลื่อนย้ายข้อมูลข้ามพรมแดน โดยประเทศต่างๆ มีกฎระเบียบแตกต่างกัน ทั้งกฎระเบียบด้านการเคลื่อนย้ายข้อมูลระหว่างประเทศ (Cross Border Data Transfer) การจัดเก็บข้อมูลในประเทศ (Local Data Storage) และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy Protection)



ผลกระทบ

ภาพรวมต่อการค้ายุคใหม่

ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่หลายประการ ได้แก่

- **เพิ่มขึ้น** ได้แก่ ปริมาณการค้า ความน่าเชื่อถือ ประสิทธิภาพและความรวดเร็ว ความสะดวก
- **ลดลง** ได้แก่ ราคาสินค้าและบริการ ค่าตัวแทนและค่านายหน้า การฉ้อโกง ทูจริตและการคอร์รัปชัน การพึ่งพิงแรงงานมนุษย์
- **การมีส่วนร่วม** โดยเฉพาะ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและผู้บริโภครายย่อย เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล สร้างโอกาสในการเติบโตอย่างทั่วถึง
- **ระบบเศรษฐกิจไหลลื่น** คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ขยายตัวอย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

ผลกระทบภาพรวมต่อการค้ายุคใหม่



แม้ว่า 4IR ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่หลายประการ อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญ คือ “การปรับตัวสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างมียุทธศาสตร์” ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ดำเนินการศึกษา วิเคราะห์ และเสนอแนะนโยบายและทิศทางการค้ายุคใหม่ อาทิ 4IR กับการเจรจาการค้ายุคใหม่ โดยจะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ อาทิ 1) มุ่งเน้นการเจรจาเพื่อความร่วมมือระหว่างประเทศให้มากขึ้น 2) บูรณาการเจรจาสินค้าและบริการให้มากขึ้น 3) มุ่งเน้นการเจรจาเพื่อแสวงหาเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่สอดคล้องกับทิศทาง การพัฒนาประเทศไทย อาทิ การถ่ายทอดเทคโนโลยี การเคลื่อนย้ายบุคลากร 4) การเจรจาเพื่อการเติบโตอย่างทั่วถึง เพื่อลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ โดยไม่ลืมนโยบายและเพิ่มการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน 5) การจัดการหนี้สินการค้ารับสินค้าหรือบริการใหม่ๆ นอกจากนี้ ในอนาคต สนค. จะทำการศึกษา วิเคราะห์ เสนอแนะนโยบายและทิศทางการค้ายุคใหม่อย่างต่อเนื่อง อาทิ Trade Foresight กับการค้าระหว่างประเทศ Trade Foresight กับเศรษฐกิจฐานรากและการค้าภายในประเทศ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจการค้าไทยให้ปรับตัวเท่าทันเศรษฐกิจยุคใหม่ (4IR) ทั้งเชิงรุกและเชิงรับต่อไป

CROWDSOURCING กับ MOC 4.0

จุดเริ่มต้นของนวัตกรรมโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ (Smartphone) และแพคเกจ Internet บนโทรศัพท์มือถือราคาประหยัด ส่งผลให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยจำนวนมากเข้าถึงการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งยังเปิดโอกาสให้ “Crowdsourcing” ถือกำเนิดขึ้น Crowdsourcing เป็นโมเดลสมัยใหม่ (New Model) ที่อาศัยพลังของกลุ่มคนจำนวนมาก (Mass) ในการปฏิบัติภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานในองค์กรได้อย่างหลากหลาย ช่วยสนับสนุนทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนดำเนินการ ตลอดจนส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในการจัดการภาครัฐจากทุกภาคส่วน

กระทรวงพาณิชย์สามารถนำ Crowdsourcing ไปปรับใช้งาน

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการที่มุ่งสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน



Crowdsourcing คืออะไร

“Crowdsourcing” มีที่มาจากคำว่า “Crowd” หรือ ผู้คน ผสมรวมกับคำว่า “Outsourcing” เมื่อรวมกันแล้วหมายถึง การรวบรวมพลังของประชากรบนโลก Online ในการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่งร่วมกันโดยเฉพาะ เช่น บริษัทที่มีความต้องการวิจัยความต้องการของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ สามารถใช้ Crowdsourcing ในการรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นของผู้ใช้งาน Internet จาก Social Media เพื่อทราบทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว นำไปสู่การตัดสินใจผลิตและวางจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสม การจูงใจให้ผู้ใช้งาน Internet เข้ามาใช้งาน “Crowdsourcing” ต้องคำนึงถึงเป้าหมายส่วนตัวของผู้ใช้งานด้วย เช่น ผลตอบแทนทางการเงิน ความรู้สึกผูกพันกับองค์กร ความต้องการพัฒนาความสามารถของตนเอง ความต้องการเป็นที่ยอมรับจากผู้อื่น หรือความต้องการมีชื่อเสียง เป็นต้น ซึ่งในต่างประเทศ องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต่างนิยมใช้ประโยชน์จาก Crowd มากขึ้นในการสร้าง Solution ด้วยเหตุผลด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วของการบรรลุภารกิจ

ประโยชน์ของ Crowdsourcing และตัวอย่างการประยุกต์ใช้กับ MOC

Crowdsourcing สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินการขององค์กร เนื่องจากรูปแบบโมเดลมีลักษณะพึ่งพาการทำงานจากผู้ใช้งาน Internet หลายคนพร้อมกัน และกระจายความรับผิดชอบของงานทั้งหมดออกเป็นงานส่วนย่อย ทำให้ผู้ที่สนใจที่มีความหลากหลายสามารถทำงานแต่ละชิ้น ซึ่งมีขนาดเล็กได้ในเวลาพร้อมกัน และเมื่อนำงานแต่ละชิ้นมาประกอบเข้าด้วยกันจะทำให้งานในภาพรวมบรรลุเป้าหมาย “Crowdsourcing” ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้ดังนี้

1. การค้นหาและการจัดการข้อมูล (Knowledge Discovery and Management)

Crowdsourcing สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความเข้าใจในข้อมูลหรือประเด็นต่างๆ ที่องค์กรสนใจ โดยช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายและระยะเวลาดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยปกติแล้วการเก็บข้อมูลทั่วไปอาจทำได้โดย ใช้ทีมงานลงพื้นที่สำรวจ การสัมภาษณ์ หรืออาจใช้การว่าจ้างให้หน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้ดำเนินการ แต่ข้อเสียของวิธีการแบบเดิมคือ ข้อมูลที่รวบรวมจะไม่เป็นปัจจุบัน เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลานานในการสูง การใช้ Crowdsourcing เข้ามาช่วยรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งาน Internet จะช่วยให้หน่วยงานสามารถจัดเก็บ Input จากสถานที่หลายแห่งพร้อมกันและลดระยะเวลาในการดำเนินการ ในเชิงนโยบาย กระทรวงพาณิชย์สามารถนำ Crowdsourcing มาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการสำรวจราคาสินค้าอุปโภค-บริโภค และสินค้าเกษตร โดยสามารถให้ผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือยืนยันราคาสินค้าในตลาดแต่ละพื้นที่ หรือแจ้งเรื่องร้องเรียนสินค้าน่าราคาแพง ควบคู่ไปกับการติดตามราคารูปแบบเดิมจากเจ้าหน้าที่ของกระทรวงฯ เป็นต้น



2. การแก้ปัญหาด้วยความคิดของบุคคลที่หลากหลาย (Broadcast Search)

Crowdsourcing มีประโยชน์ในการหาวิธีแก้ปัญหาโดยอาศัยแนวคิดและประสบการณ์ของผู้ใช้งาน Internet ที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่ต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์สูง การรวบรวมไอเดียจากผู้คนที่มีความรู้ (Background) ที่แตกต่างกัน จะทำให้ข้อเสนอแนวคิดที่ได้รับมีความสร้างสรรค์และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง กระทรวงพาณิชย์อาจใช้ Crowdsourcing ในการรวบรวมไอเดียการพัฒนาศักยภาพธุรกิจจากผู้ประกอบการที่อยู่ทั่วประเทศ โดยจัดทำ Portal เปิดให้ผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจ เสนอขอความช่วยเหลือด้านแนวคิด การแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการรายอื่นได้ ทั้งนี้ Portal ดังกล่าว สามารถเปิดโอกาสให้ผู้สนใจศึกษาคำแนะนำจากผู้ประกอบการที่เคยเขียนเนื้อหาไว้ก่อนหน้า ซึ่งจะสร้างให้เกิดความเป็น Community แบ่งปันความรู้ นำไปสู่การเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทยให้เข้มแข็งไปพร้อมกัน

3. การสร้างสรรค์ความคิดร่วมกัน (Peer-vetted Creative Production)

หน่วยงานสามารถค้นหาความคิดสร้างสรรค์จากหลากหลายที่มาได้โดยใช้ Crowdsourcing ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งาน Internet นำเสนอความคิดหรือการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ โดยองค์กรจะเลือกค้นหาแนวความคิดที่มีคุณค่าเชิงปฏิบัติไปใช้งานจริง ในภาคปฏิบัติ กระทรวงพาณิชย์สามารถนำ Crowdsourcing มาปรับใช้เพื่อให้เปิดรับข้อคิดเห็นจากบุคลากรในกระทรวงฯ ทุกระดับ ในการหาแนวทางปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานภารกิจขององค์กร โดยอาจตั้งรางวัลหรือสิ่งตอบแทนจูงใจสำหรับแนวคิดที่มีศักยภาพในการพัฒนาหน่วยงานที่ดีที่สุด เช่น ผู้ชนะจะได้รับโล่หรือรางวัลจากผู้บริหารของกระทรวงฯ เป็นต้น การเปิดโอกาสให้เกิดการสร้างสรรค์ความคิดร่วมกันทำให้ผู้บริหารกระทรวงฯ ได้รับข้อเสนอแนวคิดที่มีความใหม่ (Novelty) ได้โดยตรงจากบุคลากรระดับผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีเวทีรองรับการแสดงออกทางความคิดเหล่านี้ Crowdsourcing จะช่วยให้ความคิดถูกยกระดับสู่การปฏิบัติจริง (Implementation) นำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพของกระทรวงพาณิชย์ สู่การเป็นกระทรวงฯ แห่งยุค 4.0



กรณีศึกษา - การใช้ Crowdsourcing ในการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร

หนึ่งในตัวอย่างที่น่าสนใจ ได้แก่ National Aeronautics and Space Administration หรือ NASA ที่ได้มีการนำ Crowdsourcing เข้ามาปรับใช้กับองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดระยะเวลาของกระบวนการพัฒนา Solution เพื่อภารกิจด้านการสำรวจอวกาศ โดย NASA ได้ริเริ่มโครงการ NASA Solve เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาการศึกษาวิจัยด้านอวกาศ โดยร่วมคิดค้นวิธีการแก้ปัญหาและหัวข้อความท้าทาย (Challenge) ที่กำหนดขึ้นโดย NASA สำหรับผู้ที่นำเสนอไอเดียที่ดีที่สุดและสามารถนำไปใช้งานได้จริง จะได้รับเงินรางวัลและประกาศเกียรติยศจาก NASA ส่งผลให้มีประชาชนให้ความสนใจและร่วมนำเสนอแนวคิดเพื่อแก้ปัญหาเป็นจำนวนมาก โครงการ NASA Solve ทำให้ NASA ประสบความสำเร็จในการพัฒนา Solution ที่มีประสิทธิภาพหลายประการ อาทิ การพัฒนาเครื่องบินที่ประหยัดเชื้อเพลิงเป็นอย่างมาก (Super-fuel efficient full-scale aircraft) ซึ่งสามารถลดการใช้เชื้อเพลิงให้เหลือน้อยกว่า 1 แกลลอน ต่อระยะทางการบิน 200 ไมล์ การพัฒนาดันแบบถุงมือที่เพิ่มความคล่องตัวในการปฏิบัติการสำหรับนักบินอวกาศ รวมทั้ง การพัฒนาดันแบบหุ่นยนต์ที่ใช้สำหรับการขุดแร่ธาตุบนดวงจันทร์ เป็นต้น

กรณีศึกษาของ NASA เป็นการประยุกต์ใช้ Crowdsourcing ในรูปแบบที่ 2 หรือ การแก้ปัญหาด้วยความคิดของผู้คนที่หลากหลาย (Broadcast Search) ดังที่ได้นำเสนอข้างต้น ทั้งนี้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ ระยะเวลา และกำลังบุคลากรในปัจจุบัน ส่งผลให้แม้แต่หน่วยงานที่มีบุคลากรชั้นนำที่สุดของโลกอย่าง NASA เล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้พลังของกลุ่มคนจำนวนมากในการขับเคลื่อนภารกิจสำคัญองค์กร Crowdsourcing จะเป็นโมเดลการแก้ปัญหาที่มีบทบาทมากขึ้นในทศวรรษปัจจุบันที่ประชาชนต่างเข้าถึง Internet ได้อย่างกว้างขวาง การที่กระทรวงพาณิชย์จะก้าวสู่การเป็นหน่วยงานแห่งยุค Digital Transformation ได้อย่างแท้จริงนั้น จะต้องอาศัยพลังของ Crowd ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การมุ่งเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างสูงสุด

บทสรุป



Crowdsourcing เป็นรูปแบบโมเดลที่สามารถสนับสนุนการทำงานของกระทรวงพาณิชย์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยอาศัยพลังของกลุ่มคนจำนวนมากทั้งในและนอกองค์กรในการสร้างสรรค์ทำงานร่วมกัน ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติการกิจของหน่วยงานให้ดียิ่งขึ้น การใช้พลังแห่งดิจิทัลมาสนับสนุนการทำงานของกระทรวงฯ จะช่วยยกระดับองค์กรสู่การเป็น MOC 4.0 และจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการสร้างสรรค์เศรษฐกิจไทยให้เข้มแข็งและยั่งยืน

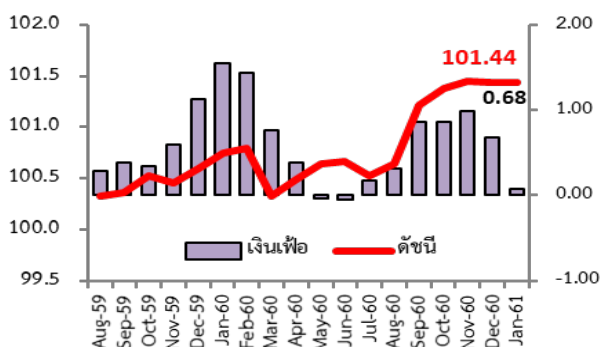


ภาพรวมเศรษฐกิจ

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังคงขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีปัจจัยหนุนจากอุปสงค์ภาคครัวเรือนเริ่มฟื้นตัว ตามผลผลิตและรายได้เกษตรกรที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น จากมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ เช่น การดูแลราคาสินค้าเกษตร การช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ การส่งออกที่ขยายตัวเป็นลำดับจากการฟื้นตัวของการค้าโลก ภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องและการใช้จ่ายภาครัฐ รวมทั้งการปรับค่าแรงขั้นต่ำที่จะส่งผลดีต่อการบริโภคในระยะต่อไป

ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ

สถิติอัตราเงินเฟ้อทั่วไป ปี 2560



คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อปี 2561

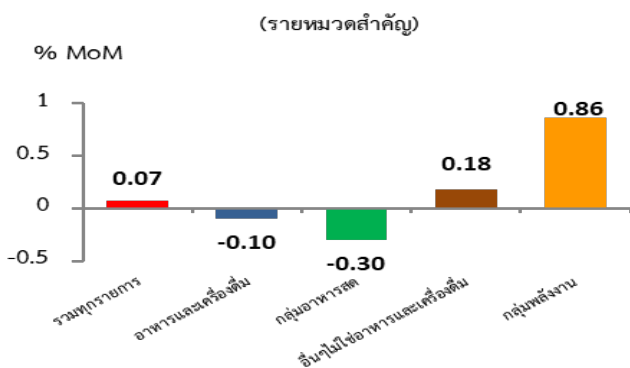
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป 0.7 - 1.7 (YoY)

GDP ^f	3.6 - 4.6 (YoY)
Dubai Oil ^f	55 - 65 USD/Barrel
Exchange Rate ^f	32.0 - 34.0 Baht/USD

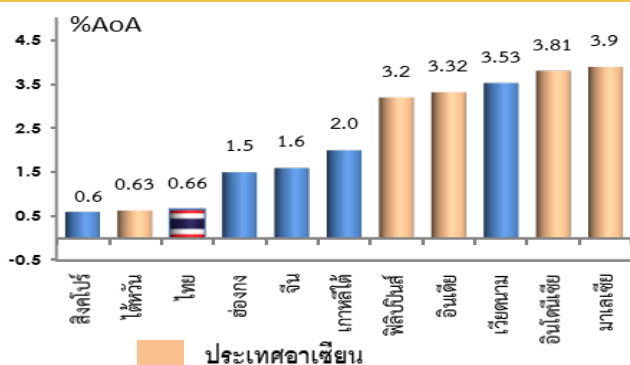
ดัชนีราคาผู้บริโภคเดือนธันวาคม 2561 เท่ากับ 101.44 เมื่อเทียบกับ

ระยะเวลา	การเปลี่ยนแปลง	ร้อยละ
1.1 เดือนธันวาคม 2560 (MoM)	สูงขึ้น	0.07
1.2 เดือนมกราคม 2560 (YoY)	สูงขึ้น	0.68

ระดับราคาสินค้า เดือนมกราคม 2561



อัตราเงินเฟ้อประเทศต่างๆ เดือนมกราคม 2560



อัตราเงินเฟ้อทั่วไป เดือนมกราคม 2561 เทียบกับมกราคม 2560 (YoY) ปรับสูงขึ้นร้อยละ 0.68 เป็นอัตราที่ชะลอตัวลงจากเดือนธันวาคม 2560 ที่สูงขึ้นร้อยละ 0.78 ผลจากการปรับขึ้นของราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศที่ปรับตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก ขณะที่สินค้ากลุ่มอาหารสดลดลงต่อเนื่อง และกระทรวงพาณิชย์ได้ปรับคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อปี 2561 อยู่ระหว่างร้อยละ 0.7-1.7 ต่อปี เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน สำหรับระดับราคาสินค้าในเดือนมกราคม 2561 เทียบกับเดือนธันวาคม 2560 (MoM) สูงขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 0.07

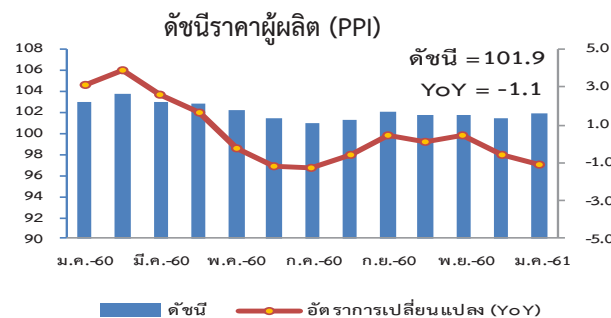
ระดับราคาสินค้าที่เปลี่ยนแปลงสำคัญ ๆ ที่ทำให้เงินเฟ้อเดือนมกราคม 2561 สูงขึ้นจากเดือนธันวาคม 2560 ร้อยละ 0.07 (MoM) (ธันวาคม 2560 ลดลงร้อยละ 0.08) มีรายละเอียด ดังนี้

► หมวดอื่น ๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม สูงขึ้นร้อยละ 0.18 จากกลุ่มพลังงาน สูงขึ้นร้อยละ 0.86 จากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงร้อยละ 1.32 รวมทั้งการปรับขึ้นของเสื้อผ้าบุรุษ/สตรี/เด็ก ค่าเช่า ค่าของใช้ส่วนบุคคล สุรา และเบียร์ ขณะที่ราคาก๊าซหุงต้มภาคครัวเรือน ลดลงร้อยละ 0.56 ตามกลไกราคาจากการลอยตัวตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2560 เป็นต้นมา

► หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ลดลงร้อยละ 0.10 จากการลดลงของกลุ่มอาหารสด ร้อยละ 0.30 ได้แก่ เนื้อสุกร ไก่สด และไข่ไก่ ถึงแม้จะมีปริมาณบริโภคเพิ่มมากขึ้นในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (ปีใหม่) แต่ด้วยปริมาณผลผลิตมีมากจากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยทำให้ราคาลดลงรวมทั้งผักแปรรูป (หัวหอมแดง กระเทียม) ขณะที่สินค้าปรับราคาสูงขึ้น เช่น น้ำมัน น้ำหวาน กาแฟ/ชาสำเร็จรูป ปรับขึ้นตามภาษาค่าความหวานในเครื่องดื่ม และข้าวสารเจ้าที่ปรับราคาสูงขึ้น

กระทรวงพาณิชย์ ได้ปรับคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อปี 2561 อยู่ระหว่างร้อยละ 0.7 - 1.7 ต่อปี จากเดิม ร้อยละ 0.6 -1.6 ต่อปี

ดัชนีราคาผู้ผลิตของประเทศ แบ่งตามกิจกรรมการผลิต เดือนมกราคม 2561 (ปี 2553 = 100) เท่ากับ 101.9 เทียบกับเดือนมกราคม 2560 ปรับตัวลดลงร้อยละ 1.1 (YoY) จากการลดลงของดัชนี **หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** ลดลงร้อยละ 0.4 จากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก เครื่องไฟฟ้า อุปกรณ์และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ยานพาหนะและอุปกรณ์ และ**หมวดผลผลิตเกษตรกรรม** ลดลงร้อยละ 6.4 จากกลุ่มสินค้าผลผลิตการเกษตร สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์ ขณะที่**หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** สูงขึ้นร้อยละ 3.2 จากกลุ่มสินค้าปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ และกลุ่มแร่โลหะ เทียบกับเดือนธันวาคม 2560 สูงขึ้น ร้อยละ 0.4 (MoM) จาก**หมวดผลผลิตเกษตรกรรม** สูงขึ้นร้อยละ 1.3 สินค้าสำคัญที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป็นช่วงปลายฤดูกาล ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกเหนียวจากผู้ประกอบการมีความต้องการเพิ่มขึ้นเพื่อส่งมอบตามคำสั่งซื้อ หั้วมันสำปะหลังสด ตลาดมีความต้องการอย่างต่อเนื่องจากราคามันเส้นราคาปรับสูงขึ้น ผลปาล์มสด จากความต้องการใช้เพิ่มขึ้น กลุ่มผลไม้ ได้แก่ กล้วยหอม กล้วยน้ำว้า สับปะรดโรงงาน และลำไย กลุ่มปลาและสัตว์น้ำ ได้แก่ ปลาช่อน ปลาทูสด และ ปลาหมึกสด **หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** สูงขึ้นร้อยละ 1.0 จากสินค้าสำคัญ ได้แก่ น้ำมันปิโตรเลียมดิบ ก๊าซธรรมชาติ และแร่โลหะ ปรับตามภาวะตลาดโลก **หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.3 จากราคาสินค้า กลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิงเนื่องจากประเทศทั้งในและนอกกลุ่มโอเปกปรับลดกำลังการผลิต ประกอบกับปริมาณน้ำมันคงคลังของสหรัฐและลิเบียลดลง **กลุ่มอาหาร** ได้แก่ เนื้อสุกร น้ำสับปะรด สับปะรดกระป๋อง ข้าวสารเจ้า ข้าวสารเหนียว ข้าวหนึ่ง ปลายข้าว และมันเส้น กลุ่มเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ได้แก่ เหล็กแผ่น เหล็กเส้น เหล็กฉาก และลวดแรงดึงสูง สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ ได้แก่ ทองคำ ตามภาวะตลาดโลก



การค้าระหว่างประเทศของไทย : ธันวาคม 2560

การส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2560 ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 10 ที่ร้อยละ 8.6 หรือคิดเป็นมูลค่า 19,741 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. โดยการส่งออกยังคงขยายตัวได้ดีในทุกตลาดสำคัญ โดยเฉพาะตลาดอินเดียและตลาด CLMV มีมูลค่าส่งออกสูงสุดเป็นประวัติการณ์ อีกทั้งการส่งออกรายสินค้ามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 ในด้านราคาเป็นหลัก โดยเฉพาะข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป และไก่สดแช่แข็งและแปรรูป ในขณะที่กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 10 โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ

การส่งออกไปตลาดสำคัญ ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และขยายตัวในทุกตลาดสำคัญ โดยการส่งออกไปยังตลาดหลักขยายตัวถึงร้อยละ 8.3 ตามการฟื้นตัวต่อเนื่องของเศรษฐกิจคู่ค้า ซึ่งการส่งออกไป สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ขยายตัวร้อยละ 10.2 12.6 และ 2.1 ตามลำดับ สำหรับตลาดศักยภาพสูงขยายตัวดีต่อเนื่องที่ร้อยละ 9.0 โดยมีสาเหตุสำคัญจากการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่องของเอเชียใต้ที่ร้อยละ 51.4 และการส่งออกไปตลาดจีน CLMV และอาเซียนยังรักษาระดับการขยายตัวในเกณฑ์ที่ร้อยละ 8.6 8.8 และ 5.5 ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มการส่งออกของไทยในปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยบวกจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่ง IMF คาดว่าในปี 2561 เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มการขยายตัวที่ร้อยละ 3.7 ขณะที่นโยบายทางการเงินโลกเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติ (Policy Normalization) มากขึ้น สำหรับปัจจัยด้านราคาสินค้าเกษตรและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันยังมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นตามทิศทางราคาน้ำมัน เนื่องจากราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นตามอุปสงค์โลก ยังคงมีปัจจัยเสี่ยงต่อความไม่แน่นอนของนโยบายทางการค้าของประเทศคู่ค้าหลัก ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศ

การนำเข้า

เดือนธันวาคม 2560 มีมูลค่า 20,019 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 16.6 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยการนำเข้าของเครื่องเพชรพลอย อัญมณี (+77.9%) น้ำมันดิบ (+30.8%) และเคมีภัณฑ์ (+10.8%) ขณะที่เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (-4.5%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (-1.2%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+5.7%) ญี่ปุ่น (+5.9%) สวิตเซอร์แลนด์ (+104.5%) สหรัฐอเมริกา (-15.8%) และมาเลเซีย (-5.5%)

ดุลการค้า

เดือนธันวาคม 2560 ขาดดุลการค้ามูลค่า 278 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่ภาพรวมดุลการค้า 2560 (ม.ค.-ธ.ค.) เกินดุลการค้ามูลค่า 13,931 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนธันวาคม 2560 อยู่ที่ 99.3 (ปี 2555=100) สูงขึ้นร้อยละ 4.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาส่งออกหมวดสินค้าเกษตรกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.6 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 7.6 หมวดสินค้าอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.9 และหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.2

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	ธ.ค. 60		ม.ค. - ธ.ค. 2560	
	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)
ส่งออก	19,741	8.6	236,694	9.9
นำเข้า	20,019	16.6	222,763	14.7
ดุลการค้า	-278		13,931	

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือนธันวาคม 2560

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,196	12.9	11.1	จีน	2,654	8.6	13.5
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,685	19.5	8.5	สหรัฐอเมริกา	2,201	10.2	11.2
ผลิตภัณฑ์ยาง	921	60.4	4.7	ญี่ปุ่น	1,827	12.6	9.3
อัญมณีและเครื่องประดับ	794	-6.7	4.0	เวียดนาม	1,157	21.2	5.9
เม็ดพลาสติก	477	5.0	3.8	ฮ่องกง	947	-3.1	4.8

หมายเหตุ: มูลค่า - ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนธันวาคม 2560

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ	2,271	77.9	11.3	จีน	3,808	5.7	19.0
น้ำมันดิบ	2,147	30.8	8.5	ญี่ปุ่น	2,667	5.9	13.3
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,593	-4.5	8.0	สวิตเซอร์แลนด์	1,111	104.5	5.6
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,355	-1.2	6.8	สหรัฐอเมริกา	1,078	-15.8	5.4
เคมีภัณฑ์	1,195	10.8	6.0	มาเลเซีย	885	-5.5	4.4

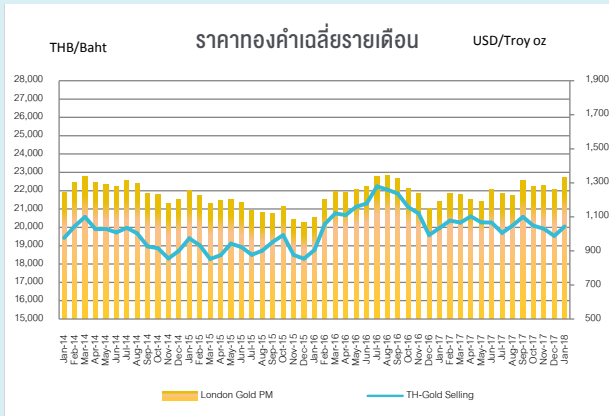
ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ต.ค. 60	พ.ย. 60	ธ.ค. 60	ธ.ค. 60	ม.ค. - ธ.ค. 60
ส่งออก	0.0	0.5	0.4	4.4	3.6
นำเข้า	0.6	1.0	0.8	6.6	5.5

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนธันวาคม 2560 อยู่ที่ 90.9 (ปี 2555=100) ขยายตัวร้อยละ 6.6 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคานำเข้าหมวดสินค้าเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้นร้อยละ +23.0 หมวดสินค้าทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ +2.7 สินค้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นร้อยละ +5.3 หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ +3.3 และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ +7.0

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

มกราคม 2561



ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนมกราคมเฉลี่ยอยู่ที่ 20,050 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากความเชื่อมั่นนักลงทุนเพิ่มขึ้นและนักลงทุนเริ่มมีการกระจายการลงทุนไปยังสินทรัพย์ปลอดภัยมากขึ้น ส่วนราคาทองคำในปี 2561 ยังมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ แต่การลงทุนในทองคำอาจจะไม่ร้อนแรงมากนัก เนื่องจากสินทรัพย์เสี่ยงอื่นๆ ให้ผลตอบแทนสูงกว่าทองคำ เช่น ตลาดหลักทรัพย์ของประเทศต่างๆ เป็นต้น ทำให้นักลงทุนยังสนใจลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆ มากกว่าทองคำ

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนมกราคมปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.0 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า และร้อยละ 21.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 63.7 เหรียญ เป็นผลมากลุ่มประเทศ OPEC ขยายเวลาการปรับลดกำลังจนถึงเดือนธันวาคม 2561 จากเดิมที่จะสิ้นสุดในเดือนมีนาคม 2561 และการผลิตน้ำมันดิบของประเทศเวเนซุเอลาปรับลดสู่ระดับต่ำสุดในรอบ 30 ปี เนื่องจากปัญหาภายในประเทศ ประกอบกับเศรษฐกิจโลกฟื้นตัวต่อเนื่อง ทั้งนี้ สบค. คาดว่าราคาน้ำมันดิบ (Dubai) ในปี 2561 จะอยู่ที่ระดับ 55-65.0 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลังจากการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่ง และการรักษาระดับการผลิตของกลุ่มประเทศ OPEC ทำให้อุปสงค์และอุปทานน้ำมันปรับเข้าสู่สมดุล

อัตราแลกเปลี่ยน

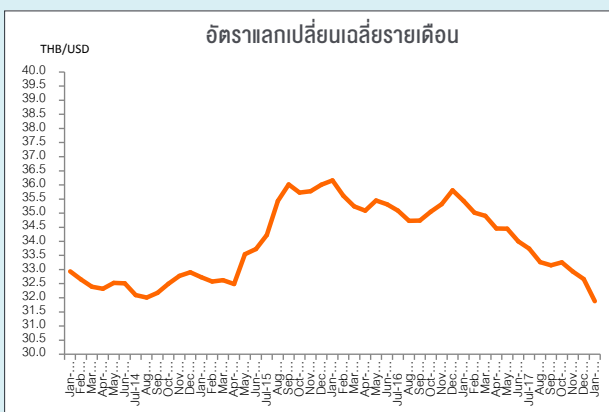
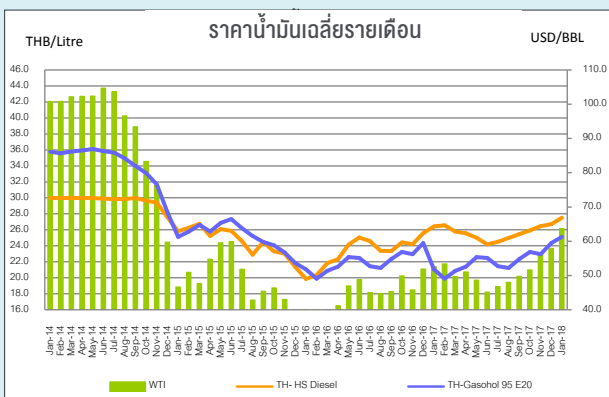
ค่าเงินบาทเดือนมกราคมเฉลี่ยอยู่ที่ 31.88 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ เนื่องจากเศรษฐกิจภายในประเทศฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งและชัดเจน รวมทั้งค่าเงินดอลลาร์ สรอ. อ่อนลง โดยดัชนีค่าเงินดอลลาร์ สรอ. อยู่ที่ 117.22 ซึ่งต่ำสุดในรอบ 30 เดือน ทั้งนี้ สบค. คาดว่าอัตราแลกเปลี่ยน ในปี 2561 จะแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากปีก่อนหน้า มาอยู่ที่ 32.0 - 34.0 บาท ต่อ ดอลลาร์ สรอ. โดยปัจจัยสนับสนุนให้ค่าเงินแข็งค่า ประกอบด้วย ปัญหาความกังวลการเมืองสหรัฐฯ ซึ่งส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความเชื่อมั่นของเงินดอลลาร์ ขณะที่ปัจจัยที่ทำให้ค่าเงินอ่อนค่า ประกอบด้วย (1) ธนาคารกลางสหรัฐฯ มีแนวโน้มปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบายอีก 2-3 ครั้งในปี 2561 และ (2) แนวโน้มการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของเศรษฐกิจสหรัฐฯ

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) เดือนมกราคม 2561 เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา แต่เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันในปีที่ผ่านมาในระดับที่สูงมากถึงร้อยละ 42 เป็น 2,996.90 บาท/100 กิโลกรัม ซึ่งเป็นผลจากผลผลิตข้าวในปีการผลิต 2560/61 มีปริมาณผลผลิตลดลงจากอุทกภัยและยังมีความต้องการข้าวสูงจากทั้งในและต่างประเทศ ส่วนราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา และช่วงเดียวกันเดียวกันของปี 2561 อยู่ที่ระดับ 1,230.71 บาท/100 กิโลกรัม

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนมกราคม 2561 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 53.88 บาท และ 48.16 บาท ตามลำดับ โดยราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 เพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคม 2560 คิดเป็นร้อยละ 2.06 และ 1.52 ราคายางโดยภาพรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกับตลาดล่วงหน้าโตเกียว จากการอ่อนค่าของเงินเยน ความต้องการของผู้ประกอบการภายในประเทศ และราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ปิดที่ 65.80 ดอลลาร์/บาร์เรล รวมถึงมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาของภาครัฐ และข้อมูลเศรษฐกิจที่ดีของสหรัฐฯ ซึ่งรวมถึงดัชนีภาคการผลิตที่ขยายตัวอย่างแข็งแกร่งในเดือนมกราคม 2561 ขณะที่ค่าเงินบาทแข็งค่าและปริมาณยางออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องจากสภาพภูมิอากาศที่เอื้อต่อการกรีดยาง



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	ร.ค. 60	ม.ค. 60	%Δ (MOM)	ม.ค. 60	ม.ค. 60	%Δ (YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,168.68	1,230.71	5.31	1,191.00	1,230.71	3.33
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,919.21	2,996.90	2.66	2,104.00	2,996.90	42.44
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		52.79	53.88	2.06	91.80	53.88	-41.31
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		47.44	48.16	1.52	79.67	48.16	-39.55
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,263.1	1,331.7	5.42	1,192.6	1,331.7	11.7
ไทย (THB/Baht)		19,523.8	20,050.0	2.70	19,956.0	20,050.0	0.5
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		57.9	63.7	9.96	52.6	63.7	21.1
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		32.7	31.9	-2.41	35.4	31.9	-10.0

อาหารปันโต



แดนริต

ปันโตร้อนๆ จ้า

วัฒนธรรมคนอินเดียที่โดดเด่นคือการพกปันโตไปกินที่โรงเรียน/ที่ทำงาน แต่ก็มีการผูกปันโตด้วยซึ่งจุดนี้สามารถเป็นโอกาสให้กับอาหารพร้อมรับประทานของไทยในการเจาะตลาดพื้นล้านคนของอินเดีย

ตลาดอินเดียน่าสนใจยิ่งนักสำหรับประเทศไทยที่เป็นครัวโลก อินเดียถือว่าเป็นอีกหนึ่งตลาดที่มีโอกาสขยายตลาดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เพราะนอกจากความหิวของประชากรรายได้ต่อหัวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และการบริโภคของชาวอินเดียที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และที่สำคัญ คือ พฤติกรรมการบริโภคของชาวอินเดียมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตโดยสิ้นเชิง ปัจจุบันผู้บริโภคชาวอินเดียให้การยอมรับอาหารสำเร็จรูปพร้อมทานมากขึ้น ทำให้ขนาดตลาดของอาหารสำเร็จรูปพร้อมทานในอินเดีย (ในปี 2560) มีมูลค่าสูงถึง 18,480 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเมื่อ 4 ปีก่อนหน้า (ปี 2556) ถึงร้อยละ 40 และ ปัจจุบันก็ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องอันเป็นผลจากการเติบโตของ FDI และธุรกิจ IT(BPO)

อินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรมากถึง 1,300 ล้านคน และคาดว่าจะแซงหน้าจีนในเร็ว ๆ นี้ รายได้ต่อหัว 1,852 เหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับปี 2557 ที่มีรายได้ต่อหัว 1,500 เหรียญสหรัฐ สะท้อนให้เห็นถึงกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ IT(BPO) และการไหลเข้าของ FDI อย่างต่อเนื่อง ขณะที่การบริโภคอาหารมีการขยายตัวร้อยละ 15 ต่อปี

ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งของการก้าวสู่การเป็นสังคมเมืองของอินเดียที่เด่นชัดก็คือใครๆ ก็อยากมีแอร์มีตู้เย็น การเป็นสังคมเมืองในอินเดียขยายตัวอย่างรวดเร็ว สังเกตได้จากยอดจำหน่ายตู้เย็นและแอร์ในเมืองใหญ่และเมืองบริวารเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว บางเมืองยอดจำหน่ายเครื่องปรับอากาศขยายตัวปีละ 100% และเมื่อดูจำนวนประชากรในเขตเมืองก็พบว่ามีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วขณะที่ในเขตชนบทกลับพบว่าลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลต่อความต้องการบริโภคอาหารที่สะดวกรวดเร็วสอดคล้องกับรูปแบบชีวิตที่เร่งรีบ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสังคมอินเดียจะพัฒนาตัวเป็นสังคมเมืองมากขึ้น แต่คนอินเดียก็ยังนิยมพกปันโตไปรับประทานกันที่โรงเรียนและที่ทำงาน ธุรกิจอาหารปันโตหรือ ดับบาวาลา (Dabbawala) เป็นธุรกิจรับ-ส่งปันโตจากบ้านไปยังโรงเรียนหรือที่ทำงานในเวลาพลจึงยังคงเติบโตและเฟื่องฟู ผู้ประกอบการบางรายให้บริการปรุงอาหารปันโตให้ด้วย ผู้ประกอบการไทยสามารถเจาะตลาดส่วนนี้ได้โดยเป็นพันธมิตรกับธุรกิจดับบาวาลาในการกระจายสินค้าอาหารพร้อมรับประทานของไทยเป็นตลาด Food Delivery ที่มาแรงและมียอดมากด้วยประชากร 1,300 ล้านคน และมีตลาดรองรับ 24 ชั่วโมง เนื่องจากธุรกิจ IT(BPO) ทำงานแข่งกับเวลาตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนั้นยังสามารถพ่วงธุรกิจจัดเลี้ยงบริษัทและงานเลี้ยงแต่งงานได้อีกด้วย ขออย่าว่างานแต่งงานของอินเดียถึงการงานสร้างตึกถล่ม

พลิตอะไรดี?

สังคมอินเดียเป็นสังคมมั่งคั่งสวัสดิส่วนใหญ่ 50% ไม่รับประทานเนื้อสัตว์ แต่บางเมืองราว 70% ไม่รับประทานเนื้อสัตว์ อย่างไรก็ตามจากการที่มีชีวิตที่เร่งรีบต้องการอาหารพลังงานมากขึ้นประกอบกับมีชาวต่างชาติเข้าปทพร้อมรับประทานที่หลากหลาย

หลายท่านอาจสงสัยว่าทำไมคนอินเดียไม่พกปันโตไปเองในตอนเช้า ทำไมต้องจ้างคนไปส่งตอนกลางวันด้วย คำตอบก็คือคนอินเดียพิถีพิถันในการปรุงอาหารซึ่งใช้เวลาพอสมควร จึงต้องมีคนบริการรับ-ส่งปันโตทุกเวลาเพล และก็มีคำถามอีกว่าอาหารเวฟในร้านสะดวกซื้อไม่ได้หรือ คำตอบคือว่าร้านสะดวกซื้อยังไม่ค่อยมีและระบบห้องเย็นยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร แคมไฟฟ้าก็ยังดับบ่อย อาหารแช่แข็งพร้อมอุ่น (TV Dinner) จึงยังไม่สามารถทำตลาดได้มากนักเวลานี้ โอกาสที่เป็นไปได้ในเวลานี้น่าจะเป็นการผูกมิตรกับดับบาวาลาหรือดำเนินธุรกิจดับบาวาลาน่าจะไปได้สวยกว่า ทั้งนี้ทั้งนั้น อาหารควรออกแนวแซ่ๆ เป็นหลัก คือ มี นม เนย เครื่องเทศ และสารพัดถั่ว เนววี่ มัสมัน และกัวยเตี่ยวแซ่ๆ ถ้าให้ติดต้องมีมาซาลาดูด้วยละก็ อร่อยเหาะ

แล้วจะเปิดตัวอาหารไทยอย่างไร? ก่อนอื่นต้องหาพันธมิตรให้ได้ก่อน น.ส.จิตติมา นาคมนิ ทูตพาณิชย์ไทยประจำเจนไน-อินเดีย ให้ความเห็นว่า ควรไปร่วมงานแสดงสินค้าอาหารในอินเดีย อาทิเช่น งาน Food Pro 2017 ที่ เป็นงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารของอินเดีย โดยล่าสุดจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 12 ระหว่างวันที่ 7-9 กันยายน 2560 ณ ศูนย์แสดงสินค้า Chennai Trade Center เมือง Chennai รัฐ Tamil Nadu ประเทศอินเดีย ผู้ประกอบการอินเดียสนใจและกระตือรือร้นในการแสวงหาผู้ร่วมทุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีการแปรรูปอาหารของไทยให้เข้ามาลงทุนในอินเดียอย่างมาก อาทิ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เครื่องสีข้าวและอาหารไทยสนใจตลาดนี้โทรมาคุยกันได้ 02-5077895

พบกับ

ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

ได้ที่ สนค. ชั้น 13

0-2507-7895

www.tpsoc.moc.go.th