

เทคโนโลยีสารสนเทศการลดปัญหาเคลื่อนย้ายแรงงานสู่สินค้าชุมชน ภายใต้วิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบัน

Information technology reduces the problem of moving
labor to community products under the current
economic crisis

จาริณรินทร์ ถิระสาสน์¹ สุขใจ ตันวินุกุล¹ สุกันตา มันทะนา¹
ณัฐพงษ์ แท้มแก้ว^{1*} กัญจฐาภรณ์ ทองพิลา² ปานรดา นิมิตรภูวดล¹
Jarineerin Tewasade¹, Sukjai Tanvinukul¹, Sukanta Mantana¹,
Nattapong Tamkaew^{1*}, Kanjathaporn Thongpila²,
Panrada Nimitphuwadon¹

¹สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก
กรุงเทพมหานคร

²สำนักงานคณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ
เจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร

¹Major in International Logistics and Supply Chain Management, Faculty of Business
Administration, Krirk University, Bangkok

²Office of the Dean, Faculty of Engineering and Industrial Technology,
Bansomdejchaopraya Rajabhat University, Bangkok

*Corresponding author email: nattapong.tam@hotmail.com

Received 25 Sep 2023 Revised 28 Oct 2023 Accepted 30 Nov 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการนำสินค้าชุมชนสู่การตลาดระหว่างประเทศของสินค้าชุมชนผู้มีรายได้น้อยภายใต้ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบัน อธิบายบทบาทของสินค้าชุมชนที่มีต่อการเร่งไปสู่ตลาดระหว่างประเทศที่มีรูปแบบแตกต่างกันออกไปโดยมีลักษณะสำคัญคือการเพิ่มผลผลิตที่มีประสิทธิภาพและขยายตลาดไปสู่ตลาดระหว่างประเทศโดยอาศัยวิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบันโดยเฉพาะในประเภทยูโรป ที่มีการกีดกันทางการค้าระหว่างกันเอง การแข่งขันทางการตลาดระหว่างประเทศมีมากขึ้นโดยเฉพาะตลาดสินค้าออนไลน์ การขยายตลาดของสินค้าในชุมชนให้ก้าวไปสู่การตลาดระหว่างประเทศ โดยกลุ่ม

ประเทศอาเซียนของเราเอง จะมีบทบาทในการสร้างความเจริญเติบโตทางระบบเศรษฐกิจ และลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชุมชนบทเข้าสู่ชุมชนเมือง การส่งเสริมให้เกิด การตลาดระหว่างประเทศนั้น ควรเริ่มที่จะพัฒนาสินค้าจากชุมชน การสร้างรายได้ให้ชุมชน สิ่งสำคัญภาครัฐต้องให้การสนับสนุนอย่างเป็นระบบและให้ความสำคัญเพื่อให้สินค้าชุมชนนั้น สามารถแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศได้และเป็นการลดการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ชุมชน เมือง เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

คำสำคัญ การตลาดระหว่างประเทศ สินค้าชุมชน วิถีชีวิตเศรษฐกิจ

Abstract

This article aims to present the concept of community products to international marketing of low income communities under the current economic crisis. Describe the role of community products in accelerating different forms of international markets, characterized by efficient productivity and expansion into international markets. By the current economic crisis, especially in the European region With trade barriers between themselves International market competition is increasing, especially online products market. Expanding the market of products in the community to move into the international market. By our own ASEAN countries Will play a role in creating economic growth And reduce the problem of moving labor from the community chapter to the urban community Promoting international marketing; Should begin to develop products from the community Generating income for the community It is important for the government to provide systematic and supportive support so that community products can compete in the international market and reduce the movement of force into urban communities. This is to develop the quality of life in the community for sustainability.

Keywords: international marketing, community products, economic crisis

1. บทนำ

ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2560 เป็นตัวบ่งชี้ได้เป็นอย่างดีว่า กลุ่มประเทศอาเซียนยังคงรักษาความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับดีเมื่อเทียบกับประเทศแถบยุโรป ซึ่งมีปัญหาหลาย ๆ อย่างที่ผ่านมาเชื่อว่าทั้งนักการตลาด นักเศรษฐศาสตร์ และแวดวงธุรกิจคงเห็นตรงกันเกี่ยวกับสถานการณ์การลงทุนในปี 2559 ว่าเป็นปีที่ยากต่อการลงทุนอีกปีหนึ่ง โดยตลาดหุ้นทั่วโลกมีการปรับฐานแรงถึง 2 ครั้งด้วยกัน คือในช่วงเดือนมกราคมหลังจีนปรับลดค่าเงินหยวนครั้งใหญ่ และในเดือนมิถุนายน หลังอังกฤษโหวตขอแยกตัวจากสหภาพยุโรป (Brexit) ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมายจึงสร้างความผันผวนไม่น้อยต่อตลาดการเงินทั่วโลกหากประเมินภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2560 คาดว่าเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีกว่าปีนี้แต่ยังมีทิศทางที่ไม่แน่นอน โดย IMF คาดว่าจะเติบโตได้ 3.4% ในปีหน้า เทียบกับปีนี้ที่ 3.1% (ที่มา: IMF, World Economic Outlook, ต.ค. 2559) จากการฟื้นตัวของประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่เป็นหลัก อาทิ อินเดีย จีน และ Asean-5* ที่เติบโตในปีหน้าเฉลี่ย 6.3% อย่างไรก็ตามเราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าความผันผวนยังคงต้องมียูโรในปี 2560 เริ่มจากประเด็นความไม่แน่นอนทางการเมืองในยุโรป ที่มากกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศทั้งหมดจะมีการเลือกตั้งใหม่ อย่างประเทศแกนหลักฝรั่งเศสจะมีการเลือกตั้งประธานาธิบดี และการเลือกตั้งทั่วไปของเยอรมนีในไตรมาส 3 ปี

2560 ขณะที่อิตาลีเพิ่งผ่านพ้นการลงประชามติไม่รับร่างแก้ไขรัฐธรรมนูญ และอาจเป็นการจุดชนวนให้อิตาลีโหวตแยกตัวจากสหภาพยุโรป (Italexit) เหมือนอังกฤษ ทางด้านฝั่งสหรัฐฯ สิ่งที่ผู้ลงทุนยังคงต้องติดตาม คือ เรื่องนโยบายเศรษฐกิจของทรัมป์ว่าที่ดำเนินไปอย่างไร จะเหมือนหรือต่างจากแนวนโยบายที่ทรัมป์เคยใช้ในการรณรงค์หาเสียง (จิตติมา จิราพงษ์, 2551) แต่ที่แน่ๆ คือค่อนข้างแตกต่างจากรัฐบาลเดิม (พรรคเดโมแครต) ในหลายเรื่อง อาทิ เรื่องการลดภาษีเงินได้บุคคลลดความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศกับจีนและเม็กซิโก รวมทั้งยังกดดันแรงงานต่างด้าว ดังนั้นผลกระทบหลังการเลือกตั้งสหรัฐฯ จึงเป็นประเด็นที่สำคัญที่อาจทำให้เกิดความผันผวนในตลาดการเงินเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแข็งค่าของดอลลาร์สหรัฐฯ ที่ส่งผลให้ค่าเงินประเทศต่างๆอ่อนค่าในเชิงเปรียบเทียบ รวมทั้งอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลสหรัฐฯ มีแนวโน้มสูงขึ้นหลังนักลงทุนเทขายสินทรัพย์ความเสี่ยงต่ำมาเข้าลงทุนสินทรัพย์เสี่ยงอย่างหุ้นสหรัฐฯ ขณะที่ในแง่ของเศรษฐกิจคู่ค้าอย่างจีนและญี่ปุ่นอาจจะได้รับผลกระทบจากการที่ทรัมป์เน้นกระตุ้นเศรษฐกิจภายในสหรัฐฯ เป็นหลัก อย่างไรก็ตามประเทศทางฝั่งเอเชียถือว่าได้รับผลกระทบจากประเด็นกีดกันทางการค้าค่อนข้างจำกัด เนื่องจากมีการส่งออกไปสหรัฐฯ เป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) แต่ความกังวลเรื่องเงินลงทุนไหลกลับหากค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ มีการแข็งตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นปัจจัย

ที่กดดันและต้องจับตาต่อไปอีกประเด็นที่ไม่พูดถึงไม่ได้ คือเรื่องความแตกต่าง และทิศทางการดำเนินนโยบายของธนาคารกลางของประเทศแกนหลัก อาทิ สหรัฐฯ ซึ่งมีแนวโน้มปรับขึ้นดอกเบี้ยอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยคาดว่าจะปรับขึ้น 1 – 2 ครั้งในปี 2560 สวนทางกับฝั่งยุโรปที่ยังคงนโยบายดอกเบี้ยติดลบ ขณะที่ตลาดคาดว่าธนาคารกลางยุโรปมีโอกาสม่อนคลายนโยบายการเงินเพิ่มเติมเพื่อประคองการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจากผลของ Brexit ท่ามกลางปัจจัยเสี่ยงด้านการเมือง และสถานะธนาคารของประเทศในภูมิภาคที่อ่อนแอ ฝั่งธนาคารกลางญี่ปุ่นต้องเผชิญแรงกดดันจากหลายประเด็น อาทิ ภาวะเงินฝืด เงินเยนแข็งค่า และปัญหาโครงสร้างประชากรที่มีผู้สูงอายุจำนวนมาก ทำให้ธนาคารกลางญี่ปุ่นมีการปรับเปลี่ยนมาใช้ในการดูแลการเคลื่อนไหวของระดับอัตราดอกเบี้ยระยะยาว จากเดิมที่เน้นการเพิ่มปริมาณเงิน ด้านจีนและอินเดียยังคงใช้นโยบายผ่อนคลายทางการเงินผ่านการปรับลดอัตราดอกเบี้ย เพื่อกระตุ้นการลงทุนของภาคเอกชน และการบริโภคของประชาชน ซึ่งความแตกต่างของนโยบายเหล่านี้ย่อมส่งผลถึงการเคลื่อนย้ายเม็ดเงินลงทุนและตลาดการเงินทั่วโลกประเด็นสุดท้ายที่สร้างความผันผวนมาตั้งแต่ต้นปี คือเรื่องราคาน้ำมัน หลังจากปรับตัวลงไปอยู่ระดับต่ำกว่า 30 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ในช่วงที่ตลาดหุ้นทั่วโลกปรับฐานตอนต้นปีก่อนที่จะค่อยๆ ฟื้นตัวหลังเริ่มคลายความกังวลเรื่อง อุปสงค์โลกที่ชะลอตัว และล่าสุดเป็นข่าวดีในรอบปี ที่กลุ่มประเทศผู้

ส่งออกน้ำมัน (โอเปก) สามารถบรรลุข้อตกลงปรับลดกำลังการผลิตครั้งแรกในรอบ 8 ปี เพื่อพยุงราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ถูกกดดันจากปัญหาอุปทานล้นตลาด ส่งผลให้ราคาน้ำมันปรับตัวขึ้นมายืนเหนือ 50 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล โดยบลจ.กสิกรไทยมองว่าราคาน้ำมันในปีหน้าจะเคลื่อนไหวอยู่ในกรอบ 50-60 ดอลลาร์ต่อบาร์เรลส่วนเศรษฐกิจไทยในปี 2560 น่าจะยังคงเติบโตใกล้เคียงกับปีนี้ โดยในปี 2560-2562 คาดว่าจะขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป ในช่วง 2.5-4.0%** โดยมีแรงหนุนจากการฟื้นตัวของการใช้จ่ายในประเทศและภาคการท่องเที่ยวที่เติบโตต่อเนื่อง ประกอบกับแรงหนุนจากภาครัฐที่ใช้นโยบายงบประมาณขาดดุลงบประมาณ 2.6 ของ GDP เข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจรวมทั้งการผลักดันโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมมากขึ้น ขณะที่คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) น่าจะคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายจนถึงสิ้นปีหน้า จากเศรษฐกิจไทยที่ขยายตัวอย่างช้าๆ สำหรับมุมมองการลงทุนในปี 2560 เน้นอนว่าความผันผวนจากประเด็นต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะทำให้การหาโอกาสจากการลงทุนในสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนดีๆ ทำได้ยากขึ้น ดังนั้นการกระจายการลงทุน(Diversify) และคัดเลือกการลงทุนที่เหมาะสม (Selective) จึงเป็นกุญแจสำคัญในการบริหารพอร์ตการลงทุนทั้งนี้ บลจ.กสิกรไทยมีมุมมองที่เป็นบวกต่อหุ้นกลุ่มอาเซียนและอินเดีย ที่มีการเติบโตของเศรษฐกิจสูงเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น โดยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ

หนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และผลกำไร บริษัทจดทะเบียน แต่ประเด็นความเสี่ยงจากเงินทุนไหลออกหากดอลลาร์สหรัฐฯ แข็งค่ารวดเร็วยังคงต้องจับตาสอดส่องอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ หุ่นกลุ่มโครงสร้างพื้นฐานทั่วโลกที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ หุ่นมีรายได้และกระแสเงินสดสม่ำเสมอ รวมถึงมีความผันผวนต่อวัฏจักรเศรษฐกิจต่ำ ก็ช่วยลดความผันผวนของพอร์ตการลงทุนได้ก่อนจะจบบทความนี้ ขอฝากบริการเสริมน้องใหม่จาก บลจ.กสิกรไทย "จำลองพอร์ตการลงทุน" (My Port Simulator) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้นักลงทุนรู้ว่าการจัดพอร์ตการลงทุนอย่างไรให้เหมาะสมกับความเสี่ยงของตัวเองผ่านพอร์ตการลงทุนแนะนำ พร้อมทั้งได้ทดลองจัดพอร์ตการลงทุนโดยสามารถปรับสัดส่วนการลงทุนได้ตามความต้องการ และแสดงผลตอบแทนย้อนหลังของพอร์ตให้พิจารณา (อจิรภาส เพียรขุนทด, 2563) ทำให้นักลงทุนมีข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้ง่ายขึ้นก่อนการลงทุนจริง นอกจากนี้ ยังสามารถเห็นถึงประโยชน์ของการกระจายการลงทุนในหลายสินทรัพย์เพื่อให้ความเสี่ยงของพอร์ตการลงทุนลดลงอีกด้วย ในประเทศไทยเองก็ได้รับผลกระทบทางด้านแรงงานและผลกระทบจากการรวมกลุ่มเป็นประเทศอาเซียนซึ่งได้ศึกษาผลกระทบด้านแรงงานและหลังการรวมกลุ่มกันเป็นประเทศสรุปได้ว่า

1. เคลื่อนย้ายแรงงานเสรี หลังปี 2560 ประเทศไทยจะมีแรงงานจากเมียนมาร์ กัมพูชา และ ลาว เต็มไปหมด ส่วนคนไทย ก็จะไปทำงานหารายได้ที่สูง

กว่าในต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีค่าแรงที่สูงกว่า ประเทศในกลุ่ม AEC เกือบทุกประเทศ หลังปรับเป็นวันละ 300 บาท ยกเว้น สิงคโปร์ ประเทศเดียว จึงทำให้มีแรงงานหลังไหลเข้ามาในไทยอย่างมาก

2. เคลื่อนย้ายสินค้าเสรี จะมีสินค้าในกลุ่ม AEC และ จีนทะลักเข้ามาในไทยมากขึ้นกว่าเดิม เหตุเพราะ ภาษีนำเข้าเกือบ 95% ลดลงเหลือ 0% ยกเว้น สินค้าต้องห้าม สินค้าควบคุม และ สินค้าที่มีความอ่อนไหว เท่านั้น สินค้าเกษตรและอาหารที่ผลิตจากบริษัท ยักษ์ใหญ่ จะได้ประโยชน์ต้นทุนถูกลง และสามารถขายไปใน AEC ได้ง่ายขึ้น แต่ต้องระมัดระวังเรื่องการผูกขาด เพราะจะทำให้คุณภาพอาหารลดลง และมีสิ่งปนเปื้อนมากขึ้น แต่น่าเสียดายที่ พลังงาน และยานยนต์ ได้ประโยชน์น้อยมาก เนื่องจาก มีผู้ผูกขาดธุรกิจน้ำมันอยู่ คือ ราคาตลาดขึ้น ขอลุ้นตาม ราคาตลาดลง ไม่ลดตามจริง อ้างว่ามีค่าการตลาด เรื่องพลังงานไม่ควรผูกขาดการยกสัมปทานครั้งที่ 21 ควรแสดงข้อมูลอย่างโปร่งใส และไม่ควรปกปิดข้อมูลแหล่งพลังงานทุกแห่งในไทยแก่ประชาชน อีกต่อไป

3. เคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยเสรี จะมีประชากร SME ใน AEC อพยพเข้ามาทำงาน และ เปิดกิจการในไทยมากขึ้นกว่าเดิม เมื่อเดินในห้างฯ หรือ แหล่งศูนย์การค้า จะพบคนต่างชาติมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้ คอนโดมีเนียมในย่านการค้ามีคนต่างชาติมาเช่า หรือ ซื้อมากขึ้น เนื่องจากเทียบแล้ว ราคาเช่าคอนโดที่อยู่อาศัยในไทย ยังถูกกว่า มาเลเซีย และ

สิงคโปร์อย่างมาก แต่ต้นทุนค่าเช่าร้านขายของในห้างกลับแพงหูฉี่กว่า ทุกประเทศใน AEC ซึ่งรัฐบาลควรจะเข้าไปควบคุมให้ใกล้เคียงกับ ประเทศเพื่อนบ้าน

4. เคลื่อนย้ายบริการเสรี อาชีพบริการ เช่น แพทย์ ครู วิศวกร หรือแม้กระทั่ง พนักงานโรงแรม พ่อครัว และแอร์โฮสเตส นักบิน ธนากร จะมาทำงานในไทยมากขึ้น กิจการโรงแรม โรงพยาบาล ร้านอาหาร จะมีคนต่างชาติมาเปิดมากขึ้น รวมทั้ง ร้านอาหารจีนแต้จิ๋ว ธนากร หรืออาจมาซื้อกิจการของคนไทยผ่านการถือหุ้น หรือ ซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ เช่น ธนากรกรุงเทพ กรุงไทย กสิกร กรุงศรี ธนาชาติ ล้วนมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เป็น บริษัทต่างชาติทั้งนั้น เหตุเพราะธนากรไทยเก็บดอกเบียสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ภาครัฐฯ ควรเข้ามาควบคุม ดอกเบียเงินกู้ให้ต่ำลงเพื่อช่วย SME

5. ต้นทุนการผลิตจะสูงขึ้น ทำให้ความสามารถการแข่งขันในด้านการผลิต และ อุตสาหกรรมลดลงไม่ว่าจะเป็นต้นทุนที่ดิน ต้นทุนค่าเช่า ต้นทุนแรงงาน ต้นทุนการตลาด ต้นทุนด้านการเงินและ ดอกเบียที่สูงกว่าประเทศอื่น ต้นทุนการขนส่ง และโลจิสติกส์ ต้นทุนการจัดการ ผู้ส่งออก และ นักลงทุนต่างย้ายฐานการผลิตไป CLMV กัมพูชา ลาว พม่า และ เวียดนาม แทน เนื่องจาก ยุโรปตัด GSP ของไทยแล้ว ตั้งแต่เดือน มกราคม ปี 58 นี้

6. ความสามารถในการด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี คงที่ หรือ ลดลง เนื่องจาก อุตสาหกรรมไทยที่ลงทุนโดยต่างชาติ ต่างเข้ามาว่าจ้างผลิต ด้วยค่าแรง

ราคาถูก หรือ ให้ผลิตสินค้าที่มีกำไรต่ำ หรือ ใช้เทคโนโลยีแบบพื้นๆ สินค้าหรือชิ้นส่วนที่ใช้เทคโนโลยีสูง ต่างชาติจะเก็บไว้ผลิตเองหรือ ให้คนในชาติเดียวกันผลิต เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ของญี่ปุ่น ลงทุนในไทย มากกว่า 50 ปี แต่ไม่เคยถ่ายทอดเทคโนโลยี ขึ้นสูงให้คนไทยเลย แม้แต่น้อย อีกทั้งยังส่งซื้อชิ้นส่วนจากบริษัทฯ ญี่ปุ่น ด้วยกันเองอีกด้วย จึงทำให้บริษัทฯ ญี่ปุ่นไม่จำเป็นต้องพึ่งพาคนไทยอีก ที่ยังผลิตอยู่ เพราะต้องการตลาดผลประโยชน์จากตลาดในประเทศเท่านั้นและ สามารถย้ายฐานการผลิตได้ทุกเมื่อ หากขนาดตลาดลดลง หรือ เศรษฐกิจตกต่ำลง บริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีนไม่ถึง 10 ปี จีนก็สามารถผลิตรถยนต์ของตนเองได้ เพราะกลยุทธ์และเงื่อนไขคำว่า Transfer Technology นั้นเอง

7. ต้นทุนการขนส่ง หรือ โลจิสติกส์ของไทย สูงกว่าทุกๆชาติ ใน AEC ทั้งทางบก ทางน้ำ และ ทางอากาศ เพราะไทยไม่มี ระบบและท่าเรือ น้ำลึก ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เสียค่าใช้จ่ายการนำเข้า-ส่งออกสูง ยกตัวอย่าง สายการบิน Air Asia เป็น Low Cost Airline ของมาเลเซีย มีผลประกอบการแซงหน้า Thai Airway อย่างมาก นี่ไม่ใช่เพราะ Air Asia เก่งกว่า เหตุผลหนึ่งคือ การบินไทยมีการเมืองแทรกแซงโดยตลอด ทำให้ได้รับเส้นทางการบินที่ขาดทุน และ ซื้อเครื่องบินในราคาแพง

8. ปัญหากฎหมายเก่าๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการขยาย อุตสาหกรรม และการตลาด เช่น กฎหมาย จดทะเบียนยาน

ยนต์ รถ Eco Car ที่ใช้พลังงานทดแทน เช่น รถพลังงานแสงอาทิตย์ รถพลังงานไฟฟ้า รถพลังงานไฮโดรเจน และ รถที่ใช้เครื่องยนต์ขนาดเล็ก รวมถึง การส่งเสริม ด้าน R&D , Business Matching และ สนับสนุนการตลาดสั่งซื้อ จาก ภาครัฐ ราชการ และ เทศบาล อย่างเช่นรัฐบาล เกาหลี สนับสนุนรถ Hyundai เป็นรูปแบบ รถเกาหลีแบรนด์แรก

9. อนาคตการศึกษา และเด็กไทย ประเทศไทย มีคุณภาพการศึกษาที่ต่ำ ใน AEC แต่มีค่าเล่าเรียนที่สูงที่สุด เกือบ ล้านบาท ต่อคน แต่เมื่อจบปริญญาตรีแล้ว กลับได้เงินเดือนเพียง หมื่นกว่าบาท เท่านั้น ภาครัฐควรปรับโครงสร้าง การศึกษา และ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้จบตามความต้องการของชาติ เช่น เรา ต้องการแพทย์ปีละกี่คน ต้องการวิศวกรปีละกี่คน เป็นต้นสุดท้ายแล้ว AEC ต้อง แข่งขันกันด้วยสินค้า คุณภาพของ ประชากรไม่ใช่จำนวนประชากร

การตลาดระหว่างประเทศจึง กลายเป็นนโยบายเศรษฐกิจที่สำคัญแม้จะ เป็นยุคภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่ต่ำต่ำ แต่ถือ ได้ว่าให้ชุมชนได้เรียนรู้สร้างประสบการณ์ นำสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศ (Jim O Neil :2016)ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของ บริษัท Goldman Search ได้เขียนบท วิเคราะห์ว่ากลุ่มที่ ประกอบไปด้วย 4 ประเทศ “BRIC.”- Brazil, Russia, India, China- เป็นประเทศที่มีการพัฒนาสูงและมี บทบาทในทางเศรษฐกิจ การเมืองระดับโลกในอนาคต ประเทศเหล่านี้ให้ ความสำคัญต่อสินค้าชุมชน และพยายาม

ผลักดันสินค้าชุมชนเข้าสู่ตลาดระหว่าง ประเทศ โดยมีเป้าหมายคือประเทศเพื่อน บ้านสอดคล้องกับองค์การการค้าโลก(WTO : World Trade Organization) ซึ่ง สนับสนุนการตลาดระหว่างประเทศ และ การตั้งธุรกิจใหม่ ๆ โดยมองว่าแรงขับเคลื่อนที่สำคัญได้แก่แรงงานในชุมชน และ สินค้าในชุมชน และการผลักดันให้เข้า ระบบการตลาดระหว่างประเทศเพื่อสร้าง ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ลดปัญหา การเคลื่อนย้ายแรงงาน จนนำไปสู่การ พัฒนาอาชีพที่ยั่งยืนและลดความยากจนลง (World Trade Report : 2015)ด้วยเหตุที่ ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจจะเป็นช่วงเวลาแห่ง การบ่มเพาะ ศักยภาพธุรกิจและ ผลิตภัณฑ์ของตัวเอง แล้วค่อย ๆ ขยาย ขอบเขตและกลยุทธ์การตลาดสู่การตลาด ระหว่างประเทศ การผลักดันสินค้าชุมชน ไปตลาดระหว่างประเทศนั้นสอดคล้องกับ การศึกษาของบริษัทไพรซ์นีย์ไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าอัตราการส่งสินค้าระหว่าง ท้องถิ่นสู่ท้องถิ่น หรือ ชุมชนกับประเทศ เพื่อนบ้านมีการเติบโตถึงอัตราร้อยละ 150 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา Nick Walton แห่ง อเมซอนตอบคอมพบว่าสถาปัตยกรรม แบบใหม่ๆ ของ AWS จะช่วยให้การ วิเคราะห์ข้อมูลเกิดขึ้นแบบเรียลไทม์ได้ ไม่ใช่เป็นการรันแบตช์วิเคราะห์ในตอน กลางคืนเหมือนอย่างเคย ตัวอย่างที่ชัดเจน คือเกมมือถือในปัจจุบัน นักพัฒนาสามารถ วิเคราะห์ได้ว่าผู้เล่นกำลังจะเลิกเล่นเพราะ เล่นแพ้ในตอนที่ไหน และสามารถนำเสนอไอเทมพิเศษเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้เล่นเล่นเกมต่อ ได้อีกอย่างน้อย 5 นาทีได้เลย ซึ่งการทำ

แบบนี้ต้องอาศัยการวิเคราะห์แบบเรียลไทม์เท่านั้นเป้าหมายสำคัญของ AWS คือรับฟังเสียงของลูกค้าให้มาก ส่งผลให้ AWS มีฟีเจอร์ใหม่ในแต่ละปีเยอะมาก (ปี 2015 มีฟีเจอร์ใหม่ 722 ตัว) มีบริการคลาวด์แทบทุกประเภทเท่าที่จะทำได้ตามที่ลูกค้าร้องขอ ซึ่งในด้านกลับก็สร้างความสับสนให้ลูกค้า ไม่รู้จะใช้อะไรดี ซึ่งเป็นภารกิจของ AWS ในการแก้ปัญหา ทำให้มันเข้าใจง่ายขึ้น เรียบง่ายขึ้นให้ได้ วิธีการก็ต้องส่งคนของ AWS เข้าไปพูดคุย ให้คำแนะนำกับลูกค้าอยู่เรื่อย ๆ และมุ่งนำสินค้าเข้าสู่ตลาดชุมชนทั่วโลก ทั้งนี้ AWS มาว่า ในขณะที่อำนาจซื้อของคนระดับกลางลดน้อยลง ซึ่งสวนทางกันกับคนระดับชุมชนกลับมีเงินออมและพอมีอำนาจซื้อโดยเฉพาะประเทศใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ Nick Walton ได้กล่าวถึง Sufficiency Economics ซึ่งตรงกับแนวคิดของในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ว่าด้วยเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยหลักง่าย ๆ คือ เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย จึงทำให้กลุ่มในชุมชนคิดหาวิธีผลิตสินค้าและบริการขึ้นมาเอง ซึ่งสินค้าเหล่านี้มาจากการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ หรือแม้กระทั่งภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่สุดคือชุมชนในชนบทมีอัตราการออมเพิ่มมากขึ้น และมีอำนาจใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น “ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำเป็นธรรมชาติของทุกระบบเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจให้ประชาชนของประเทศมีงานทำและมีรายได้เลี้ยงดูครอบครัวได้จึงมักพุ่งเป้าไปที่การพัฒนาอุตสาหกรรม กระบวนการ ปรับไปสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมหรือมีการผลิตด้านอุตสาหกรรมสูงขึ้นสอดคล้องกับการ

ดุลการค้า เกินดุล คือต้องหาเงินตราต่างประเทศมาไว้เพื่อจ่ายชำระค่าเครื่องจักรที่จะใช้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มีตลาดรองรับ สินค้าที่มีความต้องการมากขึ้นก็จะทำให้เกิดการขยายตัวด้านการผลิต การขยายการผลิตจะนำไปสู่การขยายการลงทุนและความต้องการแรงงาน และนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจในที่สุด ในทางกลับกันประเทศที่จะมีการลงทุนเพิ่มขึ้นได้ต้องมีเงินออมที่เพิ่มขึ้นในปริมาณที่เท่ากันด้วยในกรณีที่ประเทศมีปัญหาการออมต่ำ แต่มีความต้องการเงินลงทุนจำนวนมากจำต้องยืมเงินออมของประเทศอื่นหรือจากแหล่งให้กู้ยืมอื่นๆ มาใช้ ในการลงทุน การลงทุนมีผลทำให้รายได้ประชาชาติสูงขึ้นและเมื่อรายได้ประชาชาติสูงขึ้น การบริโภคก็สูงขึ้น หากการผลิตภายในประเทศไม่พอ ผลที่ตามมาคือการนำเข้าสินค้าและบริการมากขึ้นทำให้เกิดการขาดดุลการค้า การไหลออกของเงินตราต่างประเทศและการอ่อนค่าของเงินตราสกุลในประเทศ” เมื่อนำมาวิเคราะห์กับตลาดระหว่างประเทศของสินค้าชุมชน เป็นไปได้ว่าเป็นช่วงของการลงทุนและค่อย ๆ ขยายตลาดออกไป จากการศึกษานี้มีผลทางบวกของ ไร่นัส วงศา และ สอนไผ่ยอดขวัญ(นราทิพย์ ชูติวงศ์ ,2539). ที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดสกลนคร โดยพบว่านอกจากลูกค้าในท้องถิ่นแล้วยังมีพ่อค้าคนกลางจากประเทศเพื่อนบ้านเช่นลาว พม่า กัมพูชา แม้แต่คำสั่งซื้อสินค้าจากประเทศจีนซึ่งต้องขนส่งให้ทางเรือ ก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สินค้าที่ขายดีมากที่สุดและได้รับคำสั่งซื้อมากที่สุดคือหน่อไม้

(ไผ่ตงอินโดจีน ไผ่ตงกิมซุง และ ไผ่บงหวาน เพชรน้ำผึ้ง) นอกจากนี้อินเดียก็เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อสินค้าชุมชนไทยมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าประเภทหมาก พลู(ใช้ในการบูชาในพิธีกรรมทางศาสนา) ก็มีเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ จากตลาดระหว่างประเทศของสินค้าชุมชนนี้เองเป็นไปได้ว่าในอนาคตวันข้างหน้า กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ อาจต้องกู้ยืมเงิน หรือ ระดมทุน จากธนาคารชวนา เหมือนประเทศสหรัฐอเมริกา และเมื่อถึงวันนั้นอำนาจของสินค้าชุมชนจะมีอำนาจต่อรองด้านราคา รวมทั้งดอกเบี้ยจากการฝากเงินออมก็จะมีเพิ่มมากขึ้นไปด้วย เช่นเดียวกันกับกลุ่มผู้ทอผ้าย้อมคราม ในบ้านโนนเรือ ต่อเรือ ตำบลนาหัวบ่อ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร ซึ่งทำการผลิตทอผ้าด้วยการย้อมคราม ผลิตออกมาเป็นเสื้อ ผ้าดิบ หรือ อุปกรณ์อื่น ๆ สินค้าต่าง ๆ เป็นที่ถูกใจนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ทั้งเดินทางมาซื้อเองเพื่อนำไปขายต่อ และการส่งสินค้าทางออนไลน์เพื่อใช้เองและนำไปขายให้กับลูกค้าต่อไป

กิตตินันต์ พิศสุวรรณ(2557) ได้ทำการศึกษาความต้องการสินค้าและบริการของเขตชายแดนด่านสิงขรณ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า สินค้าประเภทหัตถกรรม เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ที่ทำขึ้นจากไม้สักบ้าง ไม้แดงบ้าง หรือแม้กระทั่งไม้ฉำฉา ก็เป็นที่ต้องการของประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ขายสินค้าเหล่านี้ได้ให้บริการลูกค้าด้วยการส่งให้ทางไปรษณีย์เป็นพัสดุถึงบ้าน จึงถือได้ว่าด่านสิงขรณ์เป็นแหล่งผลิตสินค้าชุมชนประเภทนี้เป็นประเภทที่ขายดีที่สุด แม้แต่นักท่องเที่ยว

ของไทยเราเองก็ยังเดินทางเพื่อไปซื้อ เพราะด้วยเหตุผลว่า คุณภาพดี ราคาไม่แพงมาก รองลงมาได้พันธุ์ไม้ชนิดต่าง ๆ ที่ประเทศเพื่อนบ้านอย่างพม่าให้ความสนใจและสินค้าอีกสิ่งหนึ่งที่ชาวพม่าใช้ระบบและ ถือประเทศไทยเป็นที่ตั้งและได้รับความนิยมนอย่างมากเช่นกันคือสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือได้ว่าเป็นการตลาดระหว่างประเทศได้เช่นกัน

2. ตลาดระหว่างประเทศคืออะไร

การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับการตลาดระหว่างประเทศในหลายๆ คำจำกัดความดังต่อไปนี้

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (American Marketing Association: AMA) ได้ให้คำจำกัดความของการตลาดต่างประเทศ (International Marketing) ไว้ว่า การตลาดระหว่างประเทศเป็นกระบวนการวางแผน กระบวนการจัดแนวความคิด การตั้งราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้สินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลหรือองค์กรที่อยู่ในนานาประเทศ (Multinational)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของการตลาดระหว่างประเทศว่า การตลาดระหว่างประเทศคือ ความสามารถในการผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสามารถเข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในตลาด

ระดับโลกได้อย่างกลมกลืน มีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการตลาด

ดังนั้น การตลาดระหว่างประเทศ คือ การทำธุรกิจค้าขายอันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและนำเสนอคุณค่าที่อยู่ในรูปของสินค้าและบริการให้กับลูกค้าข้ามพรมแดนทางรัฐศาสตร์จากประเทศหนึ่งสู่ตลาดระหว่างประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อการหาตลาดใหม่ เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดหรือเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่อยู่ในตลาดระหว่างประเทศ โดยจุดมุ่งหมายที่แท้จริงคือ ธุรกิจต้องการรายได้ที่เป็นเงินจากลูกค้าในตลาดระหว่างประเทศ

การตลาดระหว่างประเทศจึงเป็นเรื่องที่ซับซ้อนกว่าการตลาดภายในประเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้นธุรกิจจะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศได้นั้น การตลาดระหว่างประเทศไม่ใช่เพียงแค่การขนส่งสินค้าข้ามพรมแดน การตลาดระหว่างประเทศไม่ใช่แค่การดำเนินการทางการตลาดโดยใช้หลักการตลาดพื้นฐานทั่วไป ที่ธุรกิจเคยใช้มาในตลาดภายในประเทศแล้ว ประสบความสำเร็จ เช่น การใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Product, Price, Place and Promotion) ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้อาจจะไม่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศ บางตลาดเลยก็ว่าได้ เนื่องจากตลาดภายในประเทศกับตลาดระหว่างประเทศจะมีความแตกต่างของปัจจัยต่างๆ อยู่เป็นอย่างมาก ดังนั้นสิ่งที่นักการตลาดระหว่างประเทศต้องระลึก

ถึงเสมอก็คือ วิธีที่จะสร้างความสำเร็จทางการตลาดทั้งตลาดภายในประเทศรวมถึงตลาดระหว่างประเทศนั้น นักการตลาดต้องค้นหาวิธีที่จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างคามพึงพอใจให้ตลาดหรือธุรกิจต้องค้นหาวิธีที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ธุรกิจจึงจะพบกับความสำเร็จทางการตลาด

ดังนั้นนักการตลาดที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการก้าวสู่ตลาดระหว่างประเทศจึงควรตอบคำถามพื้นฐานดังต่อไปนี้ ก่อนจะดำเนินการใดๆ ในตลาดระหว่างประเทศ 1) ธุรกิจจะดำเนินการอย่างไร เพื่อให้คุณค่าที่ธุรกิจสร้างขึ้นมาในรูปของสินค้าหรือบริการสามารถนำเสนอต่อตลาดระหว่างประเทศได้อย่างเหมาะสม ตรงกับความต้องการของลูกค้าในตลาดระหว่างประเทศ

2) ธุรกิจต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงอะไรบ้างที่มีความจำเป็นต่อตลาดระหว่างประเทศ

3) อุปสรรคและข้อจำกัดที่เกิดขึ้นเนื่องจากการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในตลาดระหว่างประเทศมีอะไรบ้าง

4) ธุรกิจจะดำเนินการอย่างไรที่จะเปลี่ยนอุปสรรคในตลาดระหว่างประเทศให้เป็นโอกาส

5) กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดระหว่างประเทศ มีอะไรบ้าง

อย่างไรก็ตามมีสินค้าจำนวนมากที่เข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศโดยไม่เป็นไปตามทฤษฎีที่ได้กล่าวมาแล้ว สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่เกิดตราสินค้าใหม่(New

Brand)และเข้าไปดำเนินการด้านตลาดต่างประเทศอย่างรวดเร็ว ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกและมีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้มีการพัฒนาแนวคิดใหม่เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว หรือที่เรียกกันว่า ผู้ประกอบการระหว่างประเทศ (International Entrepreneurship) ได้เสนอเพิ่มเติมของการตลาดระหว่างประเทศว่า นับวันจะมีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้เสนอว่าการตลาดระหว่างประเทศนั้นมีลักษณะบางประการร่วมกันและทำให้แตกต่างไปจากการตลาดระหว่างประเทศ(Domestic Marketing)ลักษณะดังกล่าวได้แก่

1) การดำเนินงานของตลาดระหว่างประเทศมักจะมีทีมงานบริหารในการดำเนินการตลาดระหว่างประเทศมาก่อนจัดตั้งบริษัท ทำให้สามารถค้นหาโอกาสทางธุรกิจสูง ในกรณีไม่มีประสบการณ์ด้านการตลาดระหว่างประเทศมักใช้การจ้างทีมงานบริหารหรือบุคลากรที่มีประสบการณ์เข้ามาดำเนินการแทน

2) กลยุทธ์ของตลาดระหว่างประเทศมุ่งเน้นไปที่การสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ คุณภาพ การตลาดและนวัตกรรม โดยเฉพาะกลยุทธ์การแข่งขันด้านนวัตกรรม

3) การตลาดระหว่างประเทศมักมีการบูรณาการด้านอุตสาหกรรมในระดับสากล โดยมุ่งเน้นไปที่การผลิตสินค้าในท้องถิ่นหรือ Location ที่ใกล้ชิดวัตถุดิบในการผลิต เพื่อจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมากกว่าสินค้าที่มุ่งเน้นภายในประเทศ

4) การตลาดระหว่างประเทศในอนาคตจะมุ่งเน้นไปที่การวิจัยและพัฒนาข้ามวัฒนธรรม ทั้งนี้ การได้ทราบหรือการได้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศใด เราสามารถนำเสนอสินค้าที่ตรงความต้องการของประเทศนั้น ๆ

ด้วยสาเหตุนี้เองที่จะทำให้สินค้าชุมชนที่มีความรู้ความสามารถในการผลิตสินค้า แต่ไม่มีความรู้ด้านการตลาดระหว่างประเทศ จึงเป็นหน้าที่ของรัฐบาลบ้านการศึกษาในท้องถิ่นเป็นผู้ให้คำปรึกษาและทำการวิจัยพัฒนาต่อไป เป็นโอกาสดีสำหรับการตลาดระหว่างประเทศของสินค้าชุมชน เพราะกระทรวงการคลังได้ออกนโยบาย 4 นโยบาย เพื่อลดต้นทุนด้านการขนส่ง และธุรกรรมทางการเงินสำหรับการตลาดระหว่างประเทศได้แก่

1) ระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ที่เพิ่มความสะดวกในการรับเงินและโอนเงินด้วยค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าบริการโอนเงินข้ามธนาคารแบบเดิม โดยการโอนเงินหรือชำระเงินในปัจจุบันจะต้องใช้หมายเลขบัญชีธนาคาร ซึ่งมีตัวเลขหลายหลัก ทำให้ยากต่อการจดจำและการสื่อสาร แต่การชำระเงินหรือโอนเงินผ่านบริการพร้อมเพย์ จะสามารถทำได้โดยใช้หมายเลขอื่นที่ผู้รับโอนได้ลงทะเบียนไว้กับสถาบันการเงิน โดยในระยะแรกจะเริ่มต้นจากหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเลขประจำตัวประชาชน ซึ่งจะทำให้การโอนเงินระหว่างประชาชนด้วยกันหรือระหว่างประชาชนกับภาครัฐกิจสะดวกมากขึ้น ในขณะที่ทำให้การจ่ายเงินระหว่างภาครัฐและ

ประชาชนมีความถูกต้องตรงตัวผู้รับมากขึ้น
ทั้งนี้ ประชาชนสามารถลงทะเบียนบริการ
พร้อมเพย์ได้ตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม
2559 เป็นต้นไป ไม่มีกำหนดปีได้รับ
ลงทะเบียน และสามารถให้บริการโอน
เงินระหว่างบุคคลได้ในไตรมาส 1 ปี 2560

2) การขยายการใช้บัตร อิเล็กทรอนิกส์

เป็นการวางโครงสร้างพื้นฐาน
เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้บัตร
อิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเดบิต ได้กว้างขวาง
ขึ้น โดยมีต้นทุนการชำระเงินด้วยบัตรลดลง
ทั้งในส่วนของ การลดภาระของร้านค้าที่รับ
บัตร และเพิ่มการกระจาย อุปกรณ์รับชำระ
เงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้แพร่หลายมากขึ้น
ทั้งร้านค้าและหน่วยงานราชการทั่ว
ประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่
ประชาชนและภาคธุรกิจ โดยการขยาย
การใช้บัตรในลักษณะเช่นนี้ จะเป็นการเพิ่ม
ทางเลือกในการชำระเงินที่สะดวกปลอดภัย
มากขึ้นให้กับประชาชน ทั้งนี้ โครงการนี้
คาดว่าจะเริ่มกระจายอุปกรณ์รับชำระเงิน
ตั้งแต่ต้นปี 2560 เป็นต้นไป

3) ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรม อิเล็กทรอนิกส์

เป็นการพัฒนาการจัดทำและ
นำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e-
Tax Invoice) และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-
Receipt) เพื่ออำนวยความสะดวกและลด
ขั้นตอนในการจัดทำ รวมทั้งการนำส่ง
รายงานการทำธุรกรรมทางการเงินและการ
นำส่งภาษีเมื่อมีการชำระเงิน ผ่านระบบ e-
Payment ซึ่งจะเป็นการช่วยลดต้นทุน
ระยะเวลา และขั้นตอนของภาคเอกชน ใน

การจัดทำเอกสารและการชำระภาษี
สำหรับโครงการนี้คาดว่าจะ เริ่มให้สามารถ
จัดส่งใบกำกับภาษีผ่านระบบ Centrally
Signed E-mail ได้ในเดือนมกราคม 2560
ระบบ e-Tax Invoice และ ระบบ e-
Receipt จะพร้อมใช้ในเดือนมกราคม
2560 และจะสามารถคืนเงินภาษีบุคคล
ธรรมดาด้วยพร้อมเพย์ ในเดือนมกราคม
2560

4) โครงการ e-Payment ภาครัฐ

เป็นการบูรณาการฐานข้อมูล
สวัสดิการสังคม และพัฒนาระบบการรับ
จ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ โดย
ส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงาน
ภาครัฐผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมให้มี
ฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับสวัสดิการของ
ภาครัฐ ควบคู่กับการจ่ายเงินให้แก่
ประชาชนโดยตรงผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์
ซึ่งจะช่วยให้สามารถจ่ายเงินช่วยเหลือและ
เงินสวัสดิการให้แก่ประชาชนได้ ตรง
กลุ่มเป้าหมาย ลดความผิดพลาด ความ
ซ้ำซ้อน และโอกาสการทุจริตจากการจ่าย
ด้วยเงินสดหรือเช็ค สำหรับโครงการนี้คาด
ว่า จะสามารถเริ่มโอนเงินสวัสดิการ
ประชาชนผ่านเลขที่บัญชีธนาคารได้ใน
เดือนกันยายน 2559 จ่ายเงินสวัสดิการ
ผ่านเลขบัตรประชาชนด้วยพร้อมเพย์ตั้งแต่
เดือนพฤศจิกายน 2559 และให้หน่วยงาน
ภาครัฐรับจ่ายเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ได้
ทั้งหมดภายในเดือนกันยายน 2560

และในปีงบประมาณ 2560 จะ
แตกต่างกันไป จากเดิม โดยรัฐบาลได้
กำหนดการใช้จ่ายเงินงบประมาณออกมา
ทั้งหมด 6 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง เช่น ความมั่นคงทางด้านต่างประเทศ เรื่อง ประ踪ของคนภายในประเทศและการ แก้ไขปัญหา 4 จังหวัดชายแดนใต้

2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

3) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและ เสริมสร้างศักยภาพคน

4) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้าง โอกาส ความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ทางสังคม เช่น การแก้ไขปัญหาความ ยากจน ลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคม เป็นต้น

5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการ เติบโตบน คุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมจะครอบคลุมไปถึงการบริหาร จัดการทรัพยากรน้ำและการดูแลเรื่อง ทรัพยากรธรรมชาติ

6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุล และพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับเรื่องการป้องกันและการปราบปรามคอร์รัปชันและการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการภาครัฐ เป็นต้น “ที่ผ่านมา การจัดงบประมาณแต่ละปีมีความซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงานมาก เช่น เรื่องของเอสเอ็มอี ซึ่งมีทั้งกระทรวง อุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และ กระทรวงการคลัง แต่ต่างคนก็ต่างทำ งบประมาณที่ถูกใช้เกิดความซ้ำซ้อนจนไม่รู้ ว่า งบประมาณที่ถูกใช้ไปในเรื่องของเอส เอ็มอีมีจำนวน เท่าไหร่ ดังนั้น การบูรณา การงบประมาณในครั้งนี้ จึงถือเป็นการ ปฏิรูปงบประมาณครั้งใหญ่ของประเทศ”

3. ความเสี่ยงของตลาดระหว่างประเทศ

การตลาดระหว่างประเทศทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ พยายามลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศผลที่ตามมาคือ การตลาดต่างประเทศสามารถเข้าไปดำเนินธุรกิจและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของตลาดต่างประเทศ(จิรพร สุเมธิประสิทธิ์ : 2559) ในการดำเนินการตลาดระหว่างประเทศ กิจกรรมระหว่างประเทศต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยงหลายประการ ตั้งแต่ความเสี่ยงของลูกค้า ความเสี่ยงทางการเงิน ไปจนถึงความเสี่ยงระดับประเทศ ซึ่งความเสี่ยงระดับประเทศ (Country Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยเฉพาะเจาะจงในแต่ละประเทศที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อผูกพันทางการเงิน

โดยทั่วไปการประเมินความเสี่ยงรายประเทศ (Country Risk) นี้จะนิยมประเมินค่าความเสี่ยงของปัจจัยต่าง ๆ ออกมาเป็นระดับความเสี่ยง (Rating) เรียกว่า Country Risk Rating ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่ใช้ในการกำหนดระดับความเสี่ยงรายประเทศ อาจจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ

1) ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ (Economic Risk)

2) ความเสี่ยงทางการเมือง (Political Risk)

3) ความเสี่ยงของระบบการเงิน (Financial System Risk)

ซึ่งรายละเอียดของการประเมินอาจจะแตกต่างกันออกไปแล้วแต่วัตถุประสงค์ของการประเมิน เช่น การประเมินความเสี่ยงในการผิมนัดชำระหนี้ ความเสี่ยงด้านเครดิตเพื่อการก่อหนี้ ความเสี่ยงต่อการที่บริษัทประกันภัยจะใช้ในการประเมินการกำหนดค่าธรรมเนียยประกันภัย

ในการประเมินความเสี่ยงรายประเทศ มักจะนิยมสร้างเป็นแบบจำลอง (Model) ที่พิจารณาจากตัวแปรที่เป็นข้อมูล (Data-driven) แล้วนำมากำหนดคะแนนระดับความเสี่ยง (Score) บวกด้วยข้อมูลของตัวแปรเชิงคุณภาพที่อธิบายสถานการณ์ สภาพการณ์ โดยเฉพาะของแต่ละประเทศที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมการดำเนินงานของผู้ที่ต้องการใช้ข้อมูล Country Risk Rating

4. ความสำคัญของการตลาด

ระหว่างประเทศและการลดความเสี่ยงของการตลาดระหว่างประเทศ

ในภาวะการแข่งขันปัจจุบันธุรกิจจะต้องแข่งขันในหลายระดับ ทั้งแข่งขันกับคู่แข่งภายในประเทศและแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศ ทั้งคู่แข่งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ซึ่งภาวะการแข่งขันดังนี้เอง ธุรกิจที่มีความสามารถและมีโอกาสในการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศควรจะเริ่มพิจารณาช่องทาง

และโอกาสในการส่งสินค้า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลให้ขยายกิจการสู่ต่างประเทศมี 5 ประการดังนี้

1) บริษัทคู่แข่งซึ่งเป็นธุรกิจข้ามชาตินำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่า หรือมีราคาที่ถูกกว่าเข้าสู่ตลาดท้องถิ่น และธุรกิจสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดจากตลาดภายในประเทศ ทำให้ธุรกิจจำเป็นจะต้องหาตลาดในประเทศอื่น ๆ ทดแทนยอดขายที่สูญเสียไปจากการแข่งขันภายในประเทศ

2) ธุรกิจค้นพบว่าตลาดในบางประเทศสามารถทำกำไรให้กับธุรกิจได้มากกว่า ด้วยการกำหนดราคาขายที่สูงกว่าตลาดภายในประเทศ ดังจะเห็นได้ชัดจากธุรกิจในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และเครื่องประดับ

3) ธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตมีความจำเป็นที่จะต้องขยายฐานลูกค้าเพื่อให้ปริมาณการผลิตเข้าสู่จุดคุ้มค่าของการผลิต (Economy of Scale) ซึ่งขนาดตลาดภายในประเทศไม่เพียงพอ

4) ธุรกิจต้องการลดภาวะพึ่งพิงจากตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการเมืองต่ำไปสู่ประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองสูงกว่า เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของธุรกิจ

5) บ่อยครั้งที่กิจการจะต้องขยายธุรกิจไปสู่ต่างประเทศ เนื่องจากลูกค้าหลักของธุรกิจขยายกิจการไปสู่ต่างประเทศและต้องการการบริการในประเทศนั้น ๆ ด้วย

โดยปกติแล้ว การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศธุรกิจสามารถทำได้ 8 วิธี คือ

1) การส่งออกทางอ้อม(Indirect Exporting) คือการขยายตลาดผ่านคนกลาง หรือตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศที่ซื้อสินค้าเพื่อการส่งออก วิธีการดังนี้ จะช่วยลดเงินลงทุนทั้งทางด้านบุคลากรและทรัพยากรอื่น ๆ รวมทั้งลดความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดที่ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในลักษณะตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค สภาพทางเศรษฐกิจ กฎหมาย และการเมือง ตลอดจนสภาพการแข่งขันและอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตามวิธีการขยายตลาดสู่ต่างประเทศวิธีนี้มีข้อด้อยตรงที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมเหนือนโยบายการทำธุรกิจของตัวแทนจำหน่ายซึ่งอาจส่งผลกระทบโดยตรงกับกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการในอนาคต เช่น การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) นโยบายราคา เป็นต้น(นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2532)

2) การส่งออกทางตรง (Direct Exporting) วิธีการนี้ธุรกิจจะมีแผนกขายระหว่างประเทศ (Exporting Department) ซึ่งแผนกดังกล่าวจะทำหน้าที่รับผิดชอบในการหาลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ วิธีการดังกล่าว ทำให้ธุรกิจจะต้องแบกรับความเสี่ยงเพิ่มมากยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกันธุรกิจก็มีอำนาจในการควบคุมนโยบายการทำตลาดในต่างประเทศมากยิ่งขึ้นเช่นกัน โดยมากกิจการจะใช้วิธีการขยายตลาดด้วยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และใช้อินเตอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายเป็นหลัก

3) การให้ใบอนุญาต (Licensing) การขยายธุรกิจลักษณะนี้ เจ้าของธุรกิจจะทำหน้าที่ออกใบอนุญาตให้โรงงานอื่นในต่างประเทศ ผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้า สิทธิบัตร หรือกระบวนการผลิตที่เป็นลักษณะเฉพาะของเจ้าของธุรกิจผู้ให้ใบอนุญาต โดยได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของสัญญาสัมปทาน ทั้งแบบที่เป็นเงินก้อน หรือผูกพันกับยอดผลิต/จัดจำหน่ายสินค้า การขยายตลาดในลักษณะนี้มีข้อดีในการจำกัดความเสี่ยงของธุรกิจได้ เช่นเดียวกับการส่งออกแบบทางอ้อม แต่ก็ไม่สามารถควบคุมนโยบายทางธุรกิจของผู้รับสัมปทานได้เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่สินค้าประสบความสำเร็จธุรกิจมีโอกาที่จะขยายลูกค้าเพิ่มเติมหรือเข้ามาลงทุนด้วยตัวเองเมื่อหมดระยะเวลาสัมปทาน (กิตตินันต์ พิศสุวรรณ.2558)

4) เฟรนไชส์ (Franchising) เป็นรูปแบบการให้สัมปทานเช่นเดียวกับการให้ใบอนุญาต (Licensing) แต่จะมีข้อกำหนดกับนโยบายและรูปแบบการดำเนินธุรกิจระบุควบคู่ไปในข้อสัญญาด้วย ดังนั้น ธุรกิจจะมีอำนาจในการกำหนดบังคับนโยบายทางการตลาดในขณะที่ผู้รับใบอนุญาตแทบจะไม่มีอำนาจในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขใด ๆ เลย นอกจากนี้ เฟรนไชส์ยังมีข้อดีเช่นเดียวกับการขยายตลาดแบบการให้ใบอนุญาต (Licensing) อีกด้วย

5) การจ้างผลิต (Contract Manufacturing) รูปแบบของการขยายธุรกิจในลักษณะนี้มีข้อดีอยู่ตรงที่เป็นการลดต้นทุนการนำเข้าของสินค้า ซึ่งรวมถึง

ลดความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยน และลดข้อกีดกันทางการค้าในด้านการนำเข้าได้เป็นอย่างดี ในขณะที่เดียวกัน ธุรกิจก็ใช้เงินลงทุนไม่มาก อย่างไรก็ตามการจ้างผลิตมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการควบคุมคุณภาพการผลิตและกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามข้อตกลงที่ระบุไว้ในสัญญาเป็นอย่างดี รวมถึงมีความเสี่ยงต่อการลักลอบนำสินค้าที่ผลิตเกินจำนวนหรือสินค้าที่ไม่ผ่านมาตรฐานมาจำหน่าย

6) การร่วมลงทุน (Joint Venture) การลงทุนชนิดนี้เป็นรูปแบบของการไปร่วมลงทุนธุรกิจกับคู่ค้าเจ้าถิ่นในต่างประเทศ ในลักษณะของการถือหุ้นบริษัท ซึ่งธุรกิจจะนำความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เข้าทำตลาดกับผู้ร่วมลงทุนในท้องถิ่นที่มีความรู้ความเข้าใจในตลาดท้องถิ่น ทั้งด้านพฤติกรรมผู้บริโภค วัฒนธรรมท้องถิ่น นโยบายทางธุรกิจ ซึ่งมีข้อดี คือ ธุรกิจสามารถควบคุมดูแลนโยบายทางการตลาดได้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากทั้งธุรกิจและผู้ร่วมลงทุนต่างมีจุดมุ่งหมายสูงสุดเป็นจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ การสร้างกำไรสูงสุดให้กับธุรกิจ แต่ถึงกระนั้น นโยบายการทำตลาดอาจจะไม่เป็นไปตามที่ธุรกิจได้คาดหวังไว้ ถ้าหากผู้ร่วมลงทุน ไม่มีนโยบายทางธุรกิจที่สอดคล้องหรือไม่มีความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกัน

7) การซื้อกิจการ (Acquisition) เป็นรูปแบบของการขยายตลาดชนิดควบคุมนโยบายทางธุรกิจได้ในรูปแบบที่รวดเร็วที่สุด ข้อดีของการขยายตลาดแบบนี้ คือ ธุรกิจจะเข้าควบคุมกิจการที่ถูกซื้อและทรัพยากรทั้งหมด ทั้งในด้านโรงงาน

โครงสร้างการจัดจำหน่าย ตราสินค้า และบุคลากร อีกทั้งการเข้าตลาดด้วยวิธีนี้เป็น การลดจำนวนคู่แข่งไปด้วยในตัว ข้อเสียของการขยายตลาดด้วยวิธีนี้ คือ วิธีการนี้เป็นวิธีการที่มีค่าใช้จ่ายสูงควบคู่กับความเสี่ยง โดยเฉพาะความเสี่ยงในเรื่องของการเข้ากันได้ของวัฒนธรรมองค์กรจากบุคลากร 2 ประเทศ

8) การลงทุนโดยตรง (Direct Investment) เป็นรูปแบบการขยายธุรกิจที่ธุรกิจจะมีอำนาจควบคุมนโยบายทางธุรกิจสูงสุด แต่ในขณะที่เดียวกัน การลงทุนโดยตรงก็ต้องใช้เงินลงทุนสูงที่สุด และแบกรับความเสี่ยงในทุก ๆ เรื่อง ธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในประเทศที่จะเข้าไปลงทุนเป็นอย่างดี ทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศิลปวัฒนธรรม พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพการแข่งขันของธุรกิจ จึงจะสามารถประสบความสำเร็จในกิจการได้

สำหรับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4ที่กำลังจะมาถึง คือการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต มาใช้ในระบบการผลิตสินค้า จุดเด่นที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือสามารถเชื่อมความต้องการของผู้บริโภคแต่ละรายเข้ากับกระบวนการผลิตสินค้าได้โดยตรง พุดง่าย ๆ ก็คือโรงงานยุค 3.0 สามารถผลิตของแบบเดียวกันจำนวนมากในเวลาปรึดาเดียว แต่โรงงานยุค 4.0 จะสามารถผลิตของหลากหลายรูปแบบแตกต่างกัน (ตามความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคแต่ละราย) เป็นจำนวนมากในเวลาปรึดาเดียว โดยใช้

กระบวนการผลิตที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรแบบ “Smart Factory” แนวคิด Industry 4.0 นี้ จะเป็นการบูรณาการโลกของการผลิต เข้ากับการเชื่อมต่อทางเครือข่ายในรูปแบบ “The Internet of Things (IoT)” คือการทำให้กระบวนการผลิตสินค้าเชื่อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล หรือแม้กระทั่งทำให้ตัวสินค้าเองเชื่อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล ยกตัวอย่างเช่น การมีระบบป้อนข้อมูลให้เครื่องจักรสามารถผลิตสิ่งของตามแต่การสั่ง (ออนไลน์) จากผู้บริโภคโดยตรง, การใส่ตัวส่งข้อมูลในเครื่องใช้ไฟฟ้า เพื่อประมวลสถิติการใช้และแจ้ง (โดยอัตโนมัติ) กลับไปยังโรงงานเมื่อเกิดปัญหาทางเทคนิค, การใช้คอมพิวเตอร์จิ๋วกินได้ (ขนาดเท่ายาเม็ด) ให้ผู้บริโภคกลืนเข้าไปเพื่อเก็บข้อมูลสุขภาพในร่างกาย ฯลฯ จะเห็นได้ว่า Industry 4.0 ยังเป็นแนวคิดที่ใหม่มาก หลายอย่างอยู่ในช่วงทดลองและพัฒนา แต่ก็แนวคิดที่มีศักยภาพที่จะเปลี่ยนแปลงทุกวงการ ตั้งแต่แนวทางการบริโภคสินค้าของผู้คนทั่วไป ตลอดจนแนวทางการรักษาทางการแพทย์สำหรับประเทศไทย ซึ่งต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมการผลิตในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรม 4.0 การประกาศนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) เมื่อเร็วๆ นี้ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในทุกๆ ด้านเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล เน้นส่งเสริมการขยายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และเครือข่าย

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ส่งเสริม E-Commerce, E-Documents และ E-Learning สิ่งเหล่านี้ นอกจากจะเป็นการวางพื้นฐานที่สำคัญ เพื่อให้ไทยก้าวเป็นผู้นำเศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาคอาเซียนแล้ว ยังเป็นการปูทางรองรับ Industry 4.0 อีกด้วย

เนื่องจากเทคโนโลยีของ Industry 4.0 ไม่ใช่สิ่งใหม่ แต่ที่น่าสนใจคือการผสมผสานเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ สำหรับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในอนาคต จะต้องปรับสู่ Industry 4.0 ในเร็วๆ นี้ โดยมีแนวทางองค์ประกอบ 9 ด้าน ประกอบด้วย

- 1) หุ่นยนต์อัตโนมัติ (Autonomous Robots) มาเป็นผู้ช่วยในการผลิต
- 2) การสร้างแบบจำลอง (Simulation) เช่น การพิมพ์แบบ 3D เสมือนจริง
- 3) การบูรณาการระบบต่างๆ เข้าด้วยกัน (System Integration)
- 4) การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของสิ่งของ (Internet Of Things) ที่ทำให้เป็นอุปกรณ์อัจฉริยะ
- 5) การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Cybersecurity)
- 6) การประมวลและเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ (Cloud Computing)
- 7) การขึ้นรูปชิ้นงานด้วยเนื้อวัสดุ Additive Manufacturing เช่น การขึ้นรูปชิ้นงานในเครื่องพิมพ์ 3 มิติ

8) เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) ที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือนโดยผ่านอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ทีวี 3 มิติ เครื่องเล่นเกม

9) ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) คือขุมชนุมของชุดข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และซับซ้อน มีทั้งการบันทึกและจัดเก็บ การค้นหา การแบ่งปัน และการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพหลักๆ ของอุตสาหกรรม 4.0 ประกอบด้วยสองส่วนสำคัญ คือ ด้านฮาร์ดแวร์ซึ่งหมายถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเครื่องจักร ระบบอัตโนมัติ และระบบคอนโทรลต่างๆ แต่อีกส่วนที่สำคัญของอุตสาหกรรม 4.0 คือ ด้านซอฟต์แวร์ซึ่งคาดกันว่า Internet of Things (IoT) และ Cyber-Physical Production Systems (CPPS) จะทำให้เกิดข้อมูลในระบบการผลิตขึ้นอย่างมหาศาลซึ่งจำเป็นต้องได้รับการบริหารจัดการ นี่จะเป็นโอกาสของประเทศไทยด้วยเช่นกัน เพราะว่าเรามีนักพัฒนาซอฟต์แวร์และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ไม่น้อย ดังนั้นหากเรามีความเข้าใจและเตรียมความพร้อมไว้แต่เนิ่นๆ เชื่อว่าประเทศไทยจะสามารถรับมือกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 และรักษาสถานะการเป็นประเทศผู้ผลิตที่สำคัญของภูมิภาคและของโลกไว้ได้

5. สรุป

มูลนิธิบิลและเมลินดาเกตต์พบว่า การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยเพิ่มผลิตผลทางเศรษฐกิจไม่น้อยไปกว่าการ

ที่ประชาชนเข้าถึงไฟฟ้าในช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สองจังหวัดอย่างกรุงเทพฯ ที่มีอินเทอร์เน็ตที่มีเสถียรภาพจึงพร้อมก้าวเข้าสู่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 ได้ดีกว่า ดังที่เราเห็น e-Commerce โตขึ้นอย่างรวดเร็ว มีคนรุ่นใหม่พัฒนา Tech Startups เป็นมากมายการที่เราศึกษาตลาดในต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จและสามารถขยายกิจการการตลาดระหว่างประเทศทำให้เกิดการค้าที่ระหว่างประเทศทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการขยายตัวของการจ้างงาน ทำให้มีการกระจายรายได้ของคน การศึกษาธุรกิจของต่างประเทศทำให้เปิดโลกให้กว้างขึ้น สามารถมองเห็นถึงกลยุทธ์ต่างๆ และสามารถรับมือได้ดี การตลาดระหว่างประเทศต้องจริงจังถึงจะประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงต้องพยายามปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้นไป ทำให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพไปด้วย การค้าระหว่างประเทศทำให้มีการกระจายความเสี่ยง เมื่อเศรษฐกิจในประเทศกำลังตกต่ำ ยังมีการค้ารายได้ในต่างประเทศ ทำให้กิจการดำรงอยู่ได้โดยไม่รับผลกระทบมากเกินไป การค้าระหว่างประเทศทำให้ประเทศมีการหมุนเวียนทางการค้า เพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม คือ ระบบองค์ประกอบของพฤติกรรมการเรียนรู้ที่คนในสังคม

จะแตกต่างกัน รวมทั้ง ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้นภาษา คือสิ่งที่ใช้ถ่ายทอดเรื่องราวจากคนรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่งโดยคำพูด ในโลกมีหลายภาษามากมาย แต่ภาษาที่เป็นศูนย์กลาง ก็คือภาษาอังกฤษ มีอีกภาษาหนึ่งก็คือ ภาษาท่าทาง เช่น คนไทยก็ไหว้เป็นการทักทาย คนตะวันตก ใช้การจับมือ ทักทายกัน เป็นต้น ศาสนา เป็นพื้นฐานของความเชื่อ ทศนคติ การยึดเหนี่ยวทางใจ เช่น อิสลามไม่กินหมู ชาวฮินดูไม่กินเนื้อวัวทำให้แมคโดนัลด์ในประเทศอินเดียไม่มีเนื้อวัว เป็นต้น ความเชื่อ เช่น การทำธุรกิจต้องมีความตรงเวลา การผิดเปรียบเสมือนความไม่จริงใจ ในประเทศฟินแลนด์ สุนทรียภาพเรื่องความงามและศิลปะ ผู้คนแต่ละประเทศมีมุมมองที่แตกต่างกัน การศึกษาบางประเทศยังล่าหลัง ทำให้ขาดการศึกษาที่ดี เราจึงควรทำการค้าที่เข้าใจง่าย ๆ สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมายหลายๆประเทศมีกฎหมายที่รัดกุมเรื่องการค้าขาย เราจึงควรศึกษาให้ละเอียดและรอบคอบเพื่อที่จะได้ไม่มีปัญหาระหว่างทำการค้า และระบบการเมืองที่ไม่เหมือน มีทั้ง ประชาธิปไตยทั้งแบบรัฐสภาและแบบประธานาธิบดี แบบคอมมิวนิสต์ เป็นต้น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ การวัดมูลค่าผลผลิตในประเทศรายได้ต่อหัวประชากร ศึกษารายได้ของประชากร เพื่อที่จำแสดงให้เห็นกำลังซื้อของคนในประเทศอัตราการ

เจริญเติบโตของเศรษฐกิจ การเติบโตของการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เงินเฟ้อ ภาวะระดับสินค้าสูงขึ้นเรื่อยๆทำให้มูลค่าของเงินมีแนวโน้มลดลง ประชากร ประชากรบ่งบอกขนาดของตลาด ไม่ว่าจะเริ่มทำการตลาดในประเทศไทยเราตามจังหวัดต่างๆ เหนือ ได้ออก ตก หรือ การตลาดตลาดระหว่างประเทศ ก็มีความสำคัญพอๆกัน เพราะควรที่จะทำความรู้จัก ศึกษา และ เข้าใจการใช้ชีวิตของเมืองนั้นให้เข้าใจเสียก่อน ทั้ง เศรษฐกิจ การเมืองหรือกฎหมาย และ วัฒนธรรม เพื่อจะได้ผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี

6. เอกสารอ้างอิง

- กิตตินันต์ พิศสุวรรณ.(2558). การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจชุมชน. เอกสารประกอบการเรียนการสอนภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : สำนักพิมพ์ เอ พี ปริ้นตัง. หน้า 168
- จิตติมา จิราพงษ์.(2551) ปัญหาทางกฎหมายของการเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดาภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (Doctoral dissertation, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย).
- นราทิพย์ ชูติวงศ์.(2539). “หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น” มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นราทิพย์ ชูติวงศ์.(2532) หลัก

เศรษฐศาสตร์ 1: จุล

เศรษฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3,

กรุงเทพ ฯ: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 245.

สุรารัตน์ บรรยง, อภิรภาส เพียรขุนทด.

(2563). ความคิดเห็นของ

นายจ้างไทยที่มีต่อการ

เคลื่อนย้ายแรงงาน อาเซียนอย่าง

เสรีในประเทศไทย. Journal of

Buddhist Education and

Research, 6(1).