

Digital Economy

กับการปฏิรูปประเทศไทย และ SMEs ไทย

ต่อ จากฉบับที่แล้ว

จบ

5) การผลักดันให้เกิดกฎหมาย Open Data

อีกประเด็นที่สำคัญ คือ การผลักดันให้เกิดเรื่อง Open Data ที่เป็นการเปิดข้อมูล (และ Information) ของรัฐบาล องค์กรสาธารณะต่างๆ และหน่วยงานเอกชนที่ไม่ใช่ข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชน ในรูปแบบที่เป็นมาตรฐานเปิด (Open Format) ไม่ใช่มาตรฐานเฉพาะ (Proprietary format) เพื่อคนหรือเครื่องคอมพิวเตอร์อ่านได้ แล้วนำไปใช้หรือต่อยอดในการพัฒนาข้อมูลอื่นๆ ต่อไปได้ การเปิดข้อมูลจะเป็นการลดอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลของภาคประชาชน และยังช่วยทำให้เกิดการนำไปใช้ในด้านอื่นๆ ที่มีประโยชน์ต่อไป

การมี Open Data โดยเฉพาะในภาครัฐบาลนอกเหนือจากการสร้างความโปร่งใส และทำให้เกิดธรรมาภิบาลในการบริหารงานภาครัฐ เพราะข้อมูลของภาครัฐในด้านต่างๆ เช่น การจัดซื้อจัดจ้าง การใช้จ่ายเงินงบประมาณ ถูกเปิดเผยออกมาแล้ว ยังทำให้เกิดประโยชน์ในด้านอื่นๆ อีก เช่น การช่วยทำให้บริการของรัฐดีขึ้น อาทิ การเปิดเผยข้อมูลจรรยาบรรณทำให้เกิดบริการสาธารณะที่ดีขึ้นรวมถึงทำให้เกิดธุรกิจต่างๆ ขึ้นมากมาย และเป็นประโยชน์ต่อสังคม ดังนั้นเรื่องสำคัญในการปฏิรูปประเทศให้สู่เศรษฐกิจเชิงดิจิทัลก็คือ การผลักดันกฎหมาย Open Data

6) การปฏิรูปหน่วยงานภาครัฐด้านไอซีที

หน่วยงานทางด้านไอซีทีของภาครัฐยังขาดความพร้อมทั้งในแง่ของบุคลากรและอำนาจหน้าที่ที่จะมากำกับหน่วยงานอื่นๆ

นอกจากนี้ยังขาดความชัดเจนของบทบาทหน้าที่ และบางหน่วยงานก็มีหน้าที่ซ้ำซ้อนกัน เรามีทั้งองค์กรอิสระที่เป็นผู้ดูแลกำกับโครงสร้างด้านอินเทอร์เน็ต และโทรคมนาคมอย่าง กสทช. แต่ขณะเดียวกันกระทรวงไอซีทีก็มีบางภารกิจบางอย่างที่ใกล้เคียงหรือซ้ำซ้อนกัน เรามีหน่วยงานในกำกับที่เป็นองค์กรมหาชนภายใต้กระทรวงไอซีทีที่หลายหน่วยงานอย่าง สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (EGA) แต่บางครั้งหน่วยงานเหล่านี้ เช่น EGA กลับไม่มีอำนาจหน้าที่โดยตรงที่เข้าไปกำกับดูแล e-Service ของหน่วยงานรัฐอื่นๆ ทำให้การบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐยังขาดทิศทางที่สอดคล้องกันหรือบางหน่วยงานอย่าง SIPA ก็มีปัญหภายในที่ไม่รู้จบทำให้อุตสาหกรรมไม่สามารถคาดหวังอะไรได้

หน่วยงานด้านไอซีทีก็ยังอยู่ข้ามกระทรวงต่างๆ เช่นกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีก็มีหน่วยงานอย่าง NECTEC ที่น่าจะมีการบูรณาการบางภารกิจมาอยู่ได้กระทรวงใหม่ หรือแม้แต่นำหน่วยงานอย่าง Software Park ซึ่งไม่มีงบประมาณจัดสรรมาดำเนินงานใดๆ โดยตรงก็ควรจะมีการทบทวนบทบาทบทบาท และหน้าที่ว่าควรจะจัดสรรงบประมาณให้โดยตรงหรือไม่ หรือควรจะอยู่ในสังกัดใด ยังไม่รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ ที่จะมีผลต่อการปฏิรูปเศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สสว. กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมากที่อาจจะต้องมีการจัดภารกิจใหม่ให้สอดคล้องกัน หรืออาจต้องมีการตั้งหน่วยงานภายใต้กระทรวงที่จะเกิดใหม่

สุดท้ายคำว่า Digital Economy หรือคำว่า Real-time Economy มันก็คือ New Economy ไทยกำลังปฏิรูปเศรษฐกิจใหม่ให้กับคนรุ่นใหม่ สิ่งที่สำคัญที่สุดเราต้องให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมมากที่สุดในการปฏิรูปครั้งนี้ เช่นเดียวกับประเทศสิงคโปร์ที่ปฏิรูปประเทศมาได้ ตอนนั้นนายกรัฐมนตรีนายลีมีอายุไม่ถึง 40 ปี ตอนเราปฏิวัติ 2475 ผู้นำในคณะราษฎรส่วนใหญ่ คือ คนอายุต่ำกว่า 40 ปี ถ้าเราจะปฏิรูป Digital Economy แล้วเราจะเอาแต่คนรุ่นเก่ามาปฏิรูปแล้วพยายามจะมากบอกว่าขนาดของเศรษฐกิจหรือวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่จะเป็นไปได้อย่างไร ยิ่งคนคิดปฏิรูปหลายๆ คนอาจมีความเข้าใจเรื่องดิจิทัลน้อยกว่าคนรุ่นใหม่บางทีก็ยิ่งน่าเป็นห่วงมากขึ้นไปอีก ควรต้องมีสัดส่วนของเด็กรุ่นใหม่ๆ จำนวนมากในการปฏิรูปสังคมสู่ Digital Economy มันเป็นเรื่องของ New Generation สู่ New Economy ไม่ใช่แค่กลุ่มของผู้ใหญ่มาคุยกันแล้วจะบอกอนาคตให้คนรุ่นใหม่ที่เขาต้องอยู่กับอนาคตของเขาอีกหลายสิบปี ให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคต และทิศทางด้วย

นอกจากความหมายเชิงวิชาการแล้ว ในแง่ของการพัฒนาเศรษฐกิจใน Digital Economy ให้เห็นเป็นรูปธรรมได้นั้น จากกรณีศึกษาที่ประสบผลสำเร็จในต่างประเทศแล้วเชื่อว่าเราจะเห็นการพัฒนาในประเทศไทยเป็นไป 3 ขั้นตอน คือ Digital Commerce, Digital Transformation, และ Digital Consumption

1. Digital Commerce หรือการค้าบนระบบดิจิทัล สิ่งที่จะกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจได้รวดเร็วและเห็นได้ชัดที่สุดคือการพัฒนาเชิงพาณิชย์ธุรกิจ หรือการค้าหาเงิน ซึ่งในปัจจุบันการค้าขายบนโลกออนไลน์มีความหลากหลายและพัฒนาการที่มีความสมบูรณ์ซับซ้อนมากขึ้น จากในช่วงแรกที่มักพูดถึง E-commerce หรือการค้าขายของผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ จนในปัจจุบันได้เห็นตลาดการค้าดิจิทัลได้แตกแขนงไปยังเรื่องของ Mobile Commerce หรือการค้าผ่านอุปกรณ์มือถือ รวมทั้ง Social Commerce การค้าขายแลกเปลี่ยนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และแม้ว่าตลาดการค้าออนไลน์ในประเทศไทยยังคงตามหลังหลายประเทศในเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ แต่ก็มีแนวโน้มการเติบโตที่แข็งแกร่ง

ดังนั้น น่าจะให้เห็น Digital Commerce ถูกพัฒนาเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะในด้าน e-Transaction เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกในเรื่องของการค้าขายระหว่างประเทศ และด้านธุรกรรมทางการเงิน หรือ e-Finance ที่ต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย รวมทั้งการปรับปรุงข้อกำหนดหรือ พ.ร.บ.ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ ให้เป็นมาตรฐาน และรัดกุมยิ่งกว่าเดิม


ในปี 2556 มีการคาดการณ์ว่าตลาดการค้าขายออนไลน์ในประเทศไทยนั้นมีมูลค่าสูงถึง 3 แสนล้านบาท และในปีนี้จะจบด้วยการขยายตัวจากปีที่แล้วไม่ต่ำกว่า 35% มองข้ามไม่ได้เลย

2. Digital Transformation หรือการปรับตัวด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล นอกเหนือจาก Digital Commerce แล้วสิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือการคืบหน้าเข้าสู่ช่วงเวลาของ Digital Transformation ซึ่งโฟกัสในเรื่องของการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลต่างๆ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดมูลค่าทางธุรกิจอันนอกเหนือจากการค้า มูลค่าที่เกิดขึ้นในระหว่างการ Transformation นี้อาจไม่เป็นไปในรูปแบบของตัวเลขที่เกิดจากการค้าขาย แต่เป็นเรื่องของประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ และขีดความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น มูลค่าที่สามารถสร้างได้ในส่วนนี้อาจไม่ได้เป็นเรื่องของยอดขายหรือเม็ดเงิน แต่เป็นเรื่องประสิทธิภาพการทำงาน ลดต้นทุน เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

3. Digital Consumption หรือการบริโภคเนื้อหาดิจิทัล การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลนั้นอาจแบ่งรูปแบบการพัฒนาได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การใช้เทคโนโลยีมาใช้เป็นช่องทางการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการที่มีอยู่เดิม และ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ เมื่อการพัฒนาทั้งสองรูปแบบนั้นเกิดขึ้นแล้วสิ่งที่ตามมา คือ การพัฒนาในขั้นตอนของ Digital Consumption หรือมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการบริโภคหรือเสพสื่อดิจิทัล

ขอยกตัวอย่างกรณีที่เราเห็นได้ชัดที่สุดคือมูลค่าทางการตลาดที่เกิดจากการขายสติ๊กเกอร์บนแชทแอป เช่น LINE ซึ่งในปัจจุบันมีการเปิดให้นักพัฒนา และศิลปินชาวไทยได้ผลิตผลงาน และวางขายแล้วเป็นต้น ซึ่งทั้งตัวแอป และสติ๊กเกอร์นั้น นับเป็นผลผลิตทางเทคโนโลยีดิจิทัล และก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจมหาศาลเชื่อว่าเมื่อ 20 ปีก่อน คงแทบจะไม่มีใครจินตนาการได้ถึงช่องทาง และวิธีการสร้างรายได้แบบนี้มาก่อน แต่วันนี้มันเกิดขึ้นแล้ว กับการสร้างธุรกิจที่มาจากพลังความคิด และฝีมือส่วนตัวล้วนๆ และใครๆ ก็เริ่มได้

สำหรับ SMEs กับ Digital Economy วิถีไทยๆ ที่กล่าวมานี้คือ แนวทางการพัฒนาที่เราจะเห็นอย่างคร่าวๆ ในประเทศไทย แต่สำหรับผู้ประกอบการ SMEs แล้ว ไม่จำเป็นต้องรอ แต่สามารถทำได้ทันทีทั้ง 3 กลุ่ม คือ เริ่มทำการตลาดและขยายช่องทางผ่านโลกออนไลน์ นำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้า และการบริการทั้งภายในภายนอกองค์กร สร้างคุณค่าที่จับต้องไม่ได้หรือสร้างประสบการณ์ที่มีค่าผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งในรูปแบบสุดท้ายอาจต้องให้เวลากับสังคมไทยอีกนิดในการสร้างการยอมรับ

แต่ไม่ว่านโยบายนี้จะป็นรูปเป็นร่างจนเห็นผลหรือไม่ เทคโนโลยีดิจิทัลก็เป็นสิ่งที่ SMEs ไทย ต้องใส่ใจและเตรียมตัวให้พร้อมในการนำมาใช้ในการทำธุรกิจของตนเองต่อไปในอนาคต 

ที่มา: วีระ กนกกาญจน์รัตน์ <http://www.facebook.com/SMECompass>

ธนาชาติ นุ่มนนท์ IMC Institute