

'Digital Economy'

ดร.วนิดา วาทีเจริญ

อาจารย์ประจำหลักสูตรธุรกิจคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

กับการเพิ่มขีดความสามารถของภาคธุรกิจไทย



ใเชิงปฏิบัตินโยบาย 'Digital Economy' คือ แนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของภาครัฐ และเอกชน กล่าวคือ การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการลดต้นทุนการดำเนินงาน ขจัดความสูญเสียด้านเวลา และเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น การดำเนินงานของภาครัฐที่ต้องใช้เอกสารแสดงอัตตลักษณ์ส่วนบุคคล ได้แก่ สำเนาบัตรประชาชน สำเนาทะเบียนบ้าน ใบอนุญาตการขับขี่รถยนต์ เอกสารเหล่านี้จะถูกแปลงให้อยู่ในรูปแบบไฟล์งานดิจิทัล เพื่อลดปริมาณการใช้กระดาษ ง่ายต่อการจัดเก็บเอกสาร และสืบค้นข้อมูล ข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านี้ จะถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูลราชการส่วนกลาง ที่หน่วยราชการต่างๆ สามารถดึงข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ได้

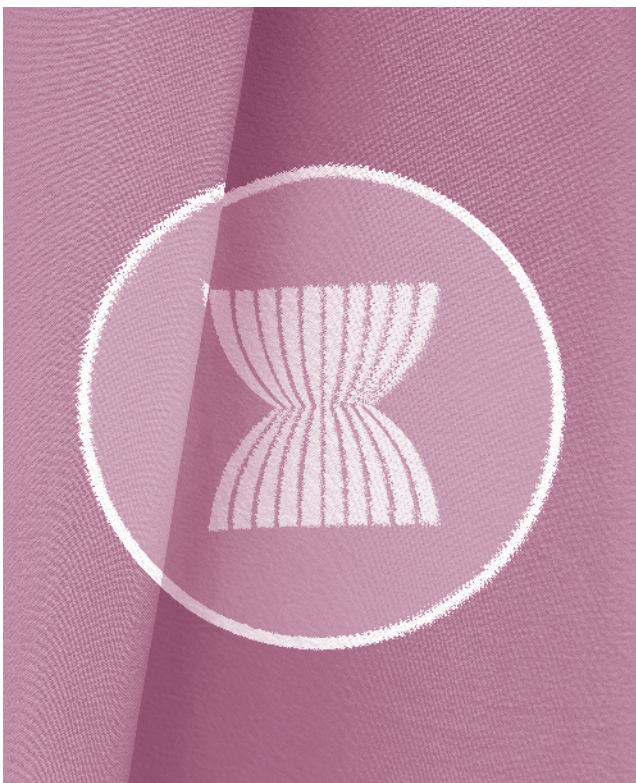
ในส่วนของภาคเอกชนก็จะมี การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับหน่วยงานของภาครัฐ และระหว่างหน่วยงานของภาคเอกชนด้วยกันมากขึ้น เพื่อนำข้อมูลมากำหนดยุทธศาสตร์ด้านการลงทุน เช่น

ข้อมูลการนำเข้าและส่งออก (กระทรวงพาณิชย์) กระแสเงินสดไหลเข้าจากประเทศญี่ปุ่น (ธนาคารแห่งประเทศไทย) จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ (กระทรวงการท่องเที่ยว) ตัวอย่างเช่น บริษัท อสังหาริมทรัพย์ แห่งหนึ่งต้องการทราบจำนวนประชากรที่มีอายุระหว่าง 25-45 ปี มีรายได้ระหว่าง 25,000 - 100,000 สามารถขอดึงข้อมูลเหล่านี้ได้จากงานทะเบียนราษฎร กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ฝ่ายสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ต้องการตรวจสอบประวัติการค้างชำระหนี้บุคคล สามารถขอข้อมูลได้จาก ศูนย์ตรวจสอบเครดิตบูโร ธนาคารเครดิตแห่งชาติ การแลกเปลี่ยนข้อมูลเหล่านี้ นับว่าเป็นการลดต้นทุนการดำเนินงาน ลดความซ้ำซ้อนของการทำงาน ลดความเสี่ยงในการบริหารงาน และการลงทุน อันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาคธุรกิจของประเทศ

ในภาคเอกชนของไทยจัดว่ามีความพร้อมต่อนโยบาย Digital Economy มากที่สุด เนื่องจากหลายปีที่ผ่านมาธุรกิจด้าน E-commerce เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลาง และ

ขนาดย่อม นำเอาระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าของธุรกิจ การนำระบบแอนดรอยด์ (Android) เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการที่ทันสมัย ทำให้เกิดบริษัทที่รับออกแบบระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เพิ่มขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโปรแกรมเพื่อใช้บริหารจัดการธุรกิจ ร้านอาหาร, ภัตตาคารโดยเริ่มตั้งแต่ รับประทานอาหารไปสั่งอาหารไปยังห้องครัว, บาร์น้ำ จนกระทั่งเก็บเงิน โดยใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ ตัวอย่างเช่น ภัตตาคารชั้นนำ อย่าง MK Restaurant หรือ Fuji Restaurant ที่ใช้แอปพลิเคชันประเภทนี้ในการบริหารงานทำให้สะดวก รวดเร็ว และลดต้นทุนด้านการบริหาร และการจัดการทรัพยากรบุคคล จึงเห็นได้ว่าภาคธุรกิจของไทยมีความพร้อมที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายดังกล่าวมากที่สุด

ด้วยเหตุนี้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร หรือ ICT จึงเร่งผลักดันนโยบาย Digital Economy กับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สอท. ในการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) สามารถเพิ่มช่องทางการทำธุรกิจผ่านระบบการทำธุรกรรมออนไลน์ (e-Business) ด้วยการพัฒนาเว็บไซต์กลาง www.ftiebusiness.com ให้สมาชิกสามารถมีหน้าร้านออนไลน์ มีรายการสินค้าออนไลน์ รวมถึง Dead Stock เพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการระบายสินค้าคงเหลือ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริม และพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) โดยคาดว่าจะมีผู้ประกอบการ SME เข้าร่วมโครงการส่งเสริม



e-Business สภาอุตสาหกรรมกว่า 3,000 ราย ก่อให้เกิดการทำธุรกรรมผ่านระบบระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์มากกว่า 10,000 ล้านบาท

ในปี 2558-2559 ที่ประเทศไทยเรากำลังจะก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนี้ คาดการณ์ว่าตลาดการค้าออนไลน์ของไทยจะเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 35-50 ทำให้ภาครัฐจะต้องผลักดันธุรกิจ SME ของไทยภายใต้นโยบาย Digital Economy ใน 3 มิติด้วยกันคือ (1) Digital Commerce สนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SME เพิ่มการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น ไม่เฉพาะเป็นการซื้อขายผ่าน Smart Mobile การทำการตลาดด้วย Social Media เหล่านี้เป็นการกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว (2) Digital Transformation เป็นการนำระบบดิจิทัลมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า หรือขีดความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ในมิตินี้จะต้องมีระบบสนับสนุนการทำธุรกิจ เช่น ระบบการทำธุรกรรมทางการเงินทั้งในประเทศ และต่างประเทศ e-Transaction, e-Finance, e-Banking การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต PayPal ขั้นตอนการชำระเงินนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการทำงานธุรกิจในระบบดิจิทัล

ดังนั้น ภาครัฐจะต้องสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย ตลอดจนการปรับปรุงข้อกฎหมาย หรือ พ.ร.บ. ที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมออนไลน์ให้เป็นมาตรฐาน และรัดกุมยิ่งขึ้น นอกจากนี้จะต้องมีการส่งมอบสินค้าให้กับผู้ซื้อผ่านระบบการขนส่งด้วยวิธีต่างๆ เช่น พนักงานส่งของ ถ้าเป็นพัสดุ จะต้องมีการเช็คสถานะของสินค้าที่ขนส่งระหว่างประเทศ การประกันความเสียหายของสินค้า ระยะเวลาการส่งคืนสินค้า เหล่านี้จะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า ตัวอย่างเช่น Salora ที่มีระบบการชำระเงินปลายทาง ผ่าน Counter service สินค้าสามารถคืนได้ภายใน 7 วัน การใช้กลยุทธ์ประเภทนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น (3) Digital Consumption เป็นมิติสุดท้ายของการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เมื่อมีการซื้อขายผ่านระบบสนับสนุนการชำระเงิน และการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ลูกค้าพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ ทำให้มีการซื้อซ้ำ ซ้ำมากขึ้น เกิดการขยายตัวของผู้ขาย และผู้ซื้อ นับว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ และนำไปสู่การขยายตัวของเศรษฐกิจนั่นเอง

การที่ผู้ประกอบการธุรกิจ SME จะบรรลุเป้าหมายของธุรกิจทั้ง 3 มิติได้นั้น ภาครัฐจะต้องเร่งปฏิรูปประเทศสู่เศรษฐกิจเชิง Digital อย่างจริงจัง เพื่อให้มีการขนส่งข้อมูลได้จำนวนมากผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ SME ไทย ก้าวไกลสู่อาเซียน