



**โมเดลขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลไทย...ภาคเอกชนหรือภาครัฐควรเป็นแกนหลัก?**



**Highlight**

- การกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ อาทิ การพัฒนาออนไลน์คอนเทนต์ หรือการทำธุรกิจออนไลน์ เช่น อีคอมเมิร์ซ เพื่อสอดคล้องกับนโยบาย Digital Economy ของไทยนั้นสามารถมองตัวอย่างจากต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างเกาหลีใต้ที่ใช้โมเดลให้ภาคเอกชนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นแกนกลางหลักในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างความได้เปรียบจากการพัฒนาบริการที่ตอบโจทย์ประชาชน หรือ มาเลเซียซึ่งเป็นประเทศที่มีพัฒนาการทางไอซีทีสูงกว่าไทยไม่มากนักได้เลือกใช้โมเดลที่มีภาครัฐเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบดิจิทัลพร้อมทั้งมีหน้าที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามเป้าหมายของนโยบาย ทั้งนี้ ไทยอาจเลือกใช้โมเดลใดโมเดลหนึ่งหรือประยุกต์นำทั้งสองโมเดลมาผสมผสานกันตามความพร้อมของอุตสาหกรรมไอซีทีไทย
- การวางรากฐานการศึกษาควบคู่ไปกับการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับประชาชนถือเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญของนโยบาย Digital Economy เพราะเป็นการสร้างอุปสงค์และกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามมา ในขณะที่ยวกันหากประเทศสามารถแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานวิชาชีพด้านเทคโนโลยีได้จะส่งผลให้การพัฒนาสู่ Digital Economy ทำได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันให้การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศรวมถึงสร้างแรงจูงใจด้านรายได้เพื่อสร้าง ดึงดูดและรักษาแรงงานในด้านไอซีที

การกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล หรือ Digital Economy ในต่างประเทศพบว่ามี 2 โมเดลหลัก ได้แก่ โมเดลที่มีภาคเอกชนเป็นแรงขับเคลื่อน และโมเดลที่มีภาครัฐเป็นแกนนำ ในการพัฒนาเข้าสู่ Digital Economy นั้น ไทยอาจมองตัวอย่างจากต่างประเทศในการดำเนินนโยบายโดยใช้ 2 โมเดลหลัก ได้แก่ โมเดลที่มีภาคเอกชนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างเช่น ธุรกิจโทรคมนาคม หรือ อีคอมเมิร์ซ เป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยประเทศผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมหลายประเทศอย่างสหรัฐฯ เยอรมนี และเกาหลีใต้ ได้ประสบความสำเร็จในการใช้โมเดลนี้ หรือโมเดลที่มีภาครัฐเป็นแกนหลักในการผลักดันกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างเช่น มาเลเซียและออสเตรเลีย ซึ่งการพัฒนา Digital Economy ในประเทศเติบโตรวดเร็วเช่นกัน สำหรับไทย ในปัจจุบันยังอยู่ในขั้นตอนการวางรากฐานเชิงโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและโครงสร้างทางกฎระเบียบในการกำกับดูแลการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ในที่สุดแล้วภาครัฐจะต้องเลือกโมเดลในการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นบนโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นรากฐานดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาออนไลน์คอนเทนต์และธุรกิจออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาสู่ Digital Economy อย่างแท้จริง

**เกาหลีใต้เป็นตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการสร้าง Digital Economy โดยยึดโมเดลที่มีภาคเอกชนเป็นแกนกลางในการขับเคลื่อนเนื่องจากตอบโจทย์ผู้บริโภคอย่างแท้จริง** เกาหลีใต้พัฒนา Digital



Economy ใต้อย่างรวดเร็วเนื่องจากภาคเอกชนสามารถกระตุ้นผู้บริโภคให้ใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเต็มที่ โดยภาครัฐก็ได้คว้าโอกาสจากที่ภาครัฐให้การสนับสนุนการศึกษาด้านคอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐานในหลักสูตรตั้งแต่ระดับประถมศึกษา เพื่อพัฒนาตลาดซอฟต์แวร์และเกมออนไลน์ให้เติบโตกลายเป็นเทรนด์ของประเทศ และเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงปี 1999-2006 จนกระทั่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมได้พัฒนามาเน้นการสร้างออนไลน์คอนเทนต์ซึ่งทำให้การบริโภคข้อมูลมีปริมาณสูงจนผู้ให้บริการต้องวางแผนสร้างเทคโนโลยี 5G ภายในปี 2020 เพื่อรองรับการใช้งานของผู้บริโภค

นอกจากนี้โมเดลที่มีภาคเอกชนเป็นแกนหลักยังทำให้สามารถปรับตัวได้ฉับไวเมื่อมีการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี เช่น จากเดิมที่ธุรกิจมีความพยายามสร้างตลาดอุปกรณ์บรอดแบนด์แบบไร้สาย (wireless broadband) สำหรับการใช้งานโทรศัพท์มือถือถือแต่เมื่อเทรนด์การใช้ 4G LTE ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าก็สามารถยกเลิกโปรเจกต์เดิมได้ทันที จะเห็นได้ว่าการสร้าง Digital Economy โดยการให้ภาคเอกชนเป็นแกนขับเคลื่อนหลักจะทำให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตรงใจผู้บริโภคเพราะการตัดสินใจลงทุนในแต่ละครั้งของภาครัฐจะคำนึงถึงแนวโน้มการใช้งานของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

**อย่างไรก็ตามโมเดลที่มีภาคเอกชนเป็นแกนหลักอย่างในเกาหลีใต้อาจมีข้อจำกัดในการพัฒนา Digital Economy ให้เกิดขึ้นได้เร็วตามเป้าหมายที่รัฐวางนโยบายไว้ ซึ่งภาครัฐอาจต้องยื่นมือเข้าช่วยกระตุ้นการลงทุน** เนื่องจากการลงทุนของภาคเอกชนแต่ละโครงการย่อมต้องมองที่ผลตอบแทนเป็นหลักซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมของตลาดผู้บริโภคในการตอบรับกับนวัตกรรมใหม่ๆ กำลังการบริโภคของตลาด หรืออุปกรณ์เครื่องรับและโครงข่ายของประเทศ เป็นต้น ปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวจึงเป็นตัวกำหนดทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งอาจจะทำให้การพัฒนา Digital Economy โดยมีภาคเอกชนเป็นแรงขับเคลื่อนนั้นใช้เวลานานแบบค่อยเป็นค่อยไป อย่างไรก็ตาม ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนา Digital Economy ภาครัฐของเกาหลีใต้ได้สร้างแรงจูงใจให้แก่ภาคเอกชนโดยการออกนโยบายส่งเสริมด้านอุปทาน เช่น การลดภาษี หรือ การให้สิทธิเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Digital Economy เป็นต้น

**ในขณะเดียวกัน ก็มีแนวทางการพัฒนา Digital Economy ด้วยโมเดลที่มีภาครัฐเป็นแกนหลักอย่างในมาเลเซีย** โดยโมเดลนี้ก็มีข้อได้เปรียบและข้อจำกัดเช่นกัน มาเลเซียเริ่มดำเนินนโยบาย Digital Economy ภายใต้ชื่อโครงการ Digital Malaysia โดยรัฐบาลมาเลเซียเป็นผู้ดำเนินการกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งหมด อาทิ การสร้างบริการ e-Wallet บนเทคโนโลยี NFC (Near-field communication) หรือ การพัฒนาระบบ e-Payment ที่เป็นปัจจัยเร่งการใช้งานเทคโนโลยี เป็นต้น โมเดลที่มีภาครัฐเป็นแกนกลางในการขับเคลื่อนเช่นนี้สามารถทำให้การพัฒนา Digital Economy เกิดขึ้นได้อย่างตรงเป้าหมายและเกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ครอบคลุมในทุกๆ มิติตามที่วางนโยบายไว้ อย่างไรก็ตาม โมเดลนี้อาจประสบปัญหาความไม่ต่อเนื่องของนโยบายในช่วงเปลี่ยนผ่านรัฐบาล หรือบริการที่เกิดขึ้นใหม่อาจไม่ตรงกับความต้องการของประชาชนหรือไม่สอดคล้องกับเทรนด์การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีวิวัฒนาการสั่งลง

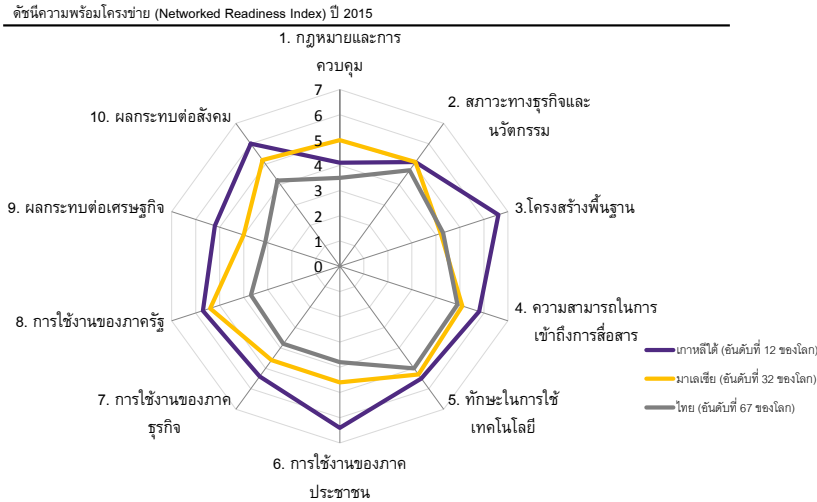
**โมเดลที่มีภาคเอกชนเป็นแกนหลักอาจจะเหมาะสมกับสภาวะของอุตสาหกรรมไอซีทีไทยที่มีการพัฒนาการเติบโตอย่างรวดเร็ว** แต่ภาครัฐอาจต้องเข้ามาดูแลในมิติของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่อาจให้ผลตอบแทนต่ำที่ผ่านมาแม้ Digital Economy ยังไม่ได้รับการพัฒนาเต็มที่ในไทย แต่การรับนวัตกรรมใหม่ๆ ของผู้บริโภคนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วผ่านแรงขับเคลื่อนของภาคเอกชนเป็นสำคัญ โดยสังเกตได้จากอัตราการเติบโตของการใช้งานข้อมูล ธุรกิจผ่านอีคอมเมิร์ซ และการแพร่หลายอย่างรวดเร็วของโซเชียลเน็ตเวิร์คในไทย ซึ่งในสภาพแวดล้อมเช่นนี้ โมเดลที่มีภาคเอกชนเป็นแกนหลักจะสามารถกระตุ้นกิจกรรมบน Digital Economy ได้ตรงจุด รวดเร็ว และตอบโจทย์ผู้บริโภคมากกว่า อย่างไรก็ตาม กิจกรรมที่มีแนวโน้มให้ผลตอบแทนต่ำอาจไม่ได้รับความสนใจจากภาครัฐ ซึ่งภาครัฐอาจต้องยื่นมือเข้ามาลงทุน อาทิ ในมาเลเซียภาครัฐได้มีการพัฒนาระบบจัดเก็บและจัดส่งสินค้าการบวกรสำหรับผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซรายย่อยให้ครอบคลุมหัวเมืองหลักของประเทศและมีจุดเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสินค้าข้ามประเทศ ซึ่งเป็นโครงการที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงและอาจมีผลตอบแทนต่ำ เป็นต้น



## Implication

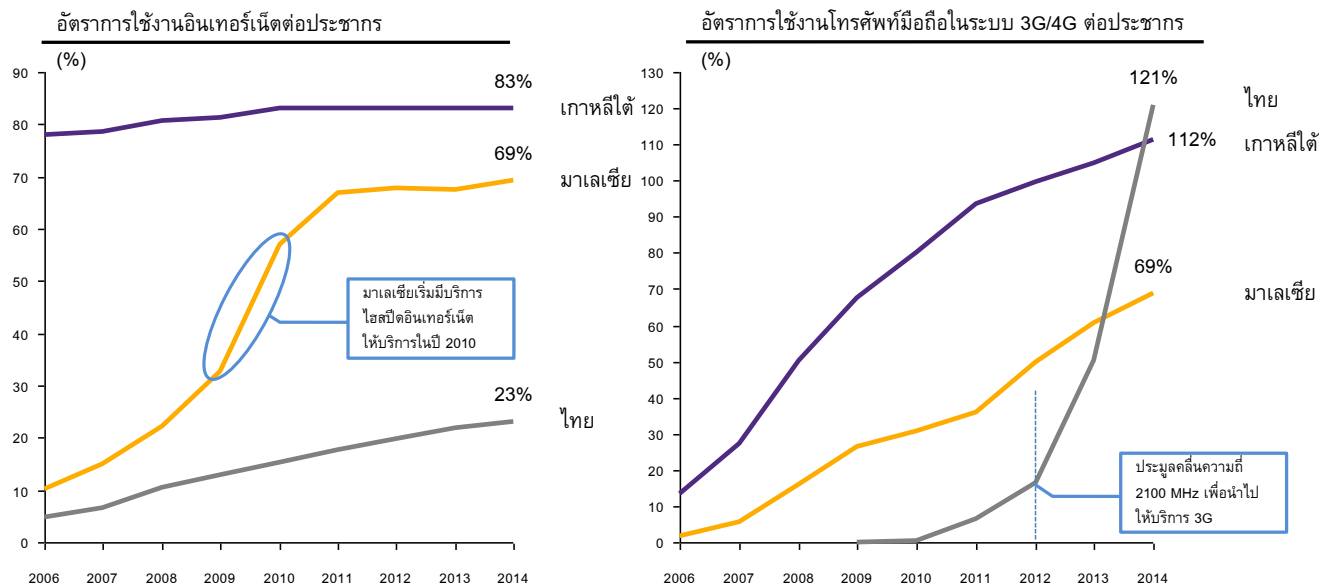
- **ไม่ว่าภาครัฐจะเลือกใช้โมเดลใดในการกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจบน Digital Economy** ผู้ประกอบการไทยควรเตรียมพร้อมเพื่อนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ และยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ตัวอย่างของสินค้าและบริการที่จะเกิดขึ้นใน Digital Economy อาทิ บริการชำระเงินออนไลน์สำหรับธุรกิจขนาดย่อม ซอฟต์แวร์ที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้นผ่านการใช้บริการคลาวด์ในราคาที่ถูกลง และเทคโนโลยี Internet of Things (IoT) ที่ช่วยเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตกับอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เพื่อความสะดวกสบายในการใช้งาน เป็นต้น โดยสินค้าและบริการเหล่านี้จะทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่แปลกใหม่เพิ่มขึ้นหรือลดต้นทุนการผลิตให้สามารถแข่งขันในตลาดได้
- **ต้องไม่ลืมปัญหาด้านทรัพยากรบุคคล** ด้วยการวางรากฐานความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตั้งแต่ระดับพื้นฐานถึงระดับวิชาชีพให้กับประชาชน การสร้างความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตระดับพื้นฐานให้กับประชาชนเป็นการสร้างอุปสงค์ให้กับผู้ให้บริการออนไลน์ และกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามมา ตัวอย่างเช่นในมาเลเซียมีการจัดอบรมประชากรที่มีรายได้ต่ำให้สามารถใช้งานคอมพิวเตอร์เบื้องต้นและสามารถรับงานกรอกข้อมูลได้ นอกจากนี้ ปัจจุบันไทยยังประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานวิชาชีพด้านเทคโนโลยี ส่วนหนึ่งเกิดจากเทรนด์ความสนใจศึกษาต่อในสาขาวิศวกรรมและคอมพิวเตอร์ที่ลดลงในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาครัฐและภาคเอกชนจึงควรร่วมมือกันสนับสนุนการศึกษาต่อทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศรวมถึงสร้างแรงจูงใจทางรายได้ให้มากยิ่งขึ้นเพื่อสร้าง ดึงดูดและรักษาบุคลากรในสาขาไอซีที
- **Digital Economy จะก่อให้เกิดการสร้างข้อมูลในปริมาณสูงจากผู้ใช้งาน** ซึ่งจำเป็นต้องมีการป้องกันอันตรายในโลกออนไลน์ (cyber security) ให้เข้มงวดยิ่งขึ้น ปัจจุบันการสร้างข้อมูลใหม่ๆ บนโลกออนไลน์เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วโลกโดยเติบโตเฉลี่ยสูงถึง 40% ต่อปี โดยมีแรงผลักดันจากกิจกรรมบน Digital Economy เป็นสำคัญ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ย่อมรวมถึงข้อมูลส่วนตัวที่มีความเสี่ยงที่จะถูกโจรกรรมทั้งสิ้น ภาครัฐจึงควรเข้ามามีบทบาทในการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นถึงความสำคัญและเพิ่มการคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ และร่วมมือกับผู้ให้บริการโทรคมนาคมในการสร้างมาตรการป้องกันการเจาะข้อมูล เช่น การเข้ารหัสข้อมูล หรือ การป้องกันระดับโครงข่าย เป็นต้น

รูปที่ 1: ในภาพรวมแล้วดัชนีความพร้อมโครงข่าย (Networked Readiness Index) ของไทยยังด้อยกว่ามาเลเซียและเกาหลีใต้ อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์การพัฒนาของไทยในด้าน “โครงสร้างพื้นฐาน” ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการสร้าง Digital Economy นั้นเทียบเท่ากับมาเลเซีย



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ World Economic Forum

รูปที่ 2: แม้อัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยยังต่ำกว่ามาเลเซียและเกาหลีใต้มาก แต่อัตราการเข้าถึงโทรศัพท์มือถือในระบบ 3G/4G ของไทยเติบโตเร็วและจะเป็นช่องทางสำคัญในการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายใต้กรอบ Digital Economy



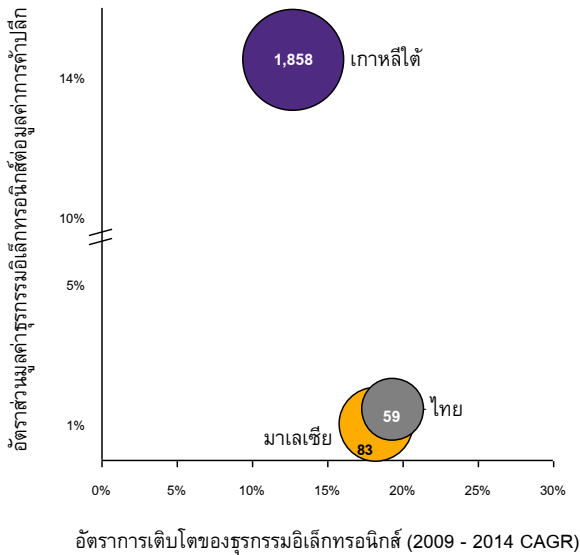
ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ BMI Research

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

รูปที่ 3: ธุรกิจอีคอมเมิร์ซของไทยเติบโตได้รวดเร็วแต่ยังมีขนาดเล็กอยู่เมื่อเทียบกับมาเลเซียและเกาหลีใต้ ในขณะที่การใช้งานโซเชียลมีเดียของไทยเติบโตเร็วมากและมีอัตราการใช้โซเชียลมีเดียสูงถึงเกือบครึ่งหนึ่งของประชากร

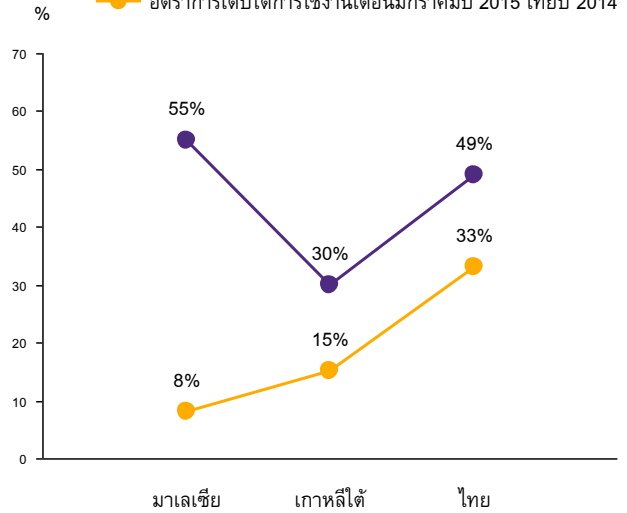
เปรียบเทียบสถานะตลาดอีคอมเมิร์ซของไทย มาเลเซีย และ เกาหลีใต้

● มูลค่าธุรกรรมอีคอมเมิร์ซต่อครัวเรือน (ดอลลาร์สหรัฐฯ)



จำนวนบัญชีการใช้งานโซเชียลมีเดียต่อประชากรและอัตราการเติบโตของจำนวนบัญชีการใช้งาน

● จำนวนบัญชีต่อประชากร  
● อัตราการเติบโตการใช้งานเดือนมกราคมปี 2015 เทียบ 2014



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor และ We Are Social

โดย: ปันณ์ บุญญาวานิชย์ (pann.boonyavanich@scb.co.th)  
SCB Economic Intelligence Center (EIC)  
EIC Online: [www.scbeic.com](http://www.scbeic.com)