

การลดปัญหาเคลื่อนย้ายแรงงานสู่การตลาดระหว่างประเทศ
ของสินค้าชุมชนผู้มีรายได้น้อยภายใต้วิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบัน

Under the current economic crisis. Reducing labor mobility to International marketing. Of low-income communities.

กิตตินันต์ พิศสุวรรณ

จารีณีวรรณ ชีวะสาสน์

E-Mail kittinantp@gmail.com

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งอยุธยา

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดการนำสินค้าชุมชนสู่การตลาดระหว่างประเทศของสินค้าชุมชนผู้มีรายได้น้อยภายใต้ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบัน อธิบายบทบาทของสินค้าชุมชนที่มีต่อการเร่งไปสู่ตลาดระหว่างประเทศที่มีรูปแบบแตกต่างกันออกไปโดยมีลักษณะสำคัญคือการเพิ่มผลผลิตที่มีประสิทธิภาพและขยายตลาดไปสู่ตลาดระหว่างประเทศ โดยอาศัยวิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบันโดยเฉพาะในประเศยุโรป ที่มีการกีดกันทางการค้าระหว่างกันเอง การแข่งขันทางการตลาดระหว่างประเทศมีมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดสินค้าออนไลน์ การขยายตลาดของสินค้าในชุมชนให้ก้าวไปสู่การตลาดระหว่างประเทศ โดยกลุ่มประเทศอาเซียนของเราเอง จะมีบทบาทในการสร้างความเจริญเติบโตทางระบบเศรษฐกิจ และลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชุมชนบทเข้าสู่ชุมชนเมือง การส่งเสริมให้เกิดการตลาดระหว่างประเทศนั้น ควรเริ่มที่จะพัฒนาสินค้าจากชุมชน การสร้างรายได้ให้ชุมชน สิ่งสำคัญภาครัฐต้องให้การสนับสนุนอย่างเป็นระบบและให้ความสำคัญเพื่อให้สินค้าชุมชนนั้นสามารถแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศได้และเป็นเป็นการลดการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ชุมชนเมือง เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

คำสำคัญ การตลาดระหว่างประเทศ สินค้าชุมชน วิกฤติเศรษฐกิจ

บทนำ

ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2560 เป็นตัวบ่งชี้ได้เป็นอย่างดีว่า กลุ่มประเทศอาเซียนยังคงรักษาความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับดีเมื่อเทียบกับประเทศแถบยุโรป ซึ่งมีปัญหาหลาย ๆ อย่างที่ผ่านมาเชื่อว่าทั้งนักการตลาด นักเศรษฐศาสตร์ และแวดวงธุรกิจคงเห็นตรงกันเกี่ยวกับสถานการณ์การลงทุนในปี 2559 ว่าเป็นปีที่ยากต่อการลงทุนอีกปีหนึ่ง โดยตลาดหุ้นทั่วโลกมีการปรับฐานแรงถึง 2 ครั้งด้วยกัน คือในช่วงเดือนมกราคมหลังจีนปรับลดค่าเงินหยวนครั้งใหญ่ และในเดือนมิถุนายน หลังอังกฤษโหวตขอแยกตัวจากสหภาพยุโรป (Brexit) ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมาย จึงสร้างความผันผวนไม่น้อยต่อตลาดการเงินทั่วโลกหากประเมินภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2560 คาดว่าเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีกว่าปีนี้แต่ยังมีทิศทางที่ไม่แน่นอน โดย IMF คาดว่าจะเติบโตได้ 3.4% ในปีหน้าเทียบกับปีนี้ที่ 3.1% (ที่มา: IMF, World Economic Outlook, ต.ค. 2559) จากการฟื้นตัวของประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่เป็นหลัก อาทิ อินเดีย จีน และ Asean-5* ที่เติบโตในปีหน้าเฉลี่ย 6.3% อย่างไรก็ตามเราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าความผันผวนยังคงต้องมีอยู่ในปี 2560 เริ่มจากประเด็นความไม่แน่นอนทางการเมืองในยุโรป ที่มากกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศทั้งหมดจะมีการเลือกตั้งใหม่อย่างประเทศแกนหลักฝรั่งเศสจะมีการเลือกตั้งประธานาธิบดี และการเลือกตั้งทั่วไปของเยอรมนีในไตรมาส 3 ปี 2560 ขณะที่อิตาลีเพิ่งผ่านพ้นการลงประชามติไม่รับร่างแก้ไขรัฐธรรมนูญ และอาจเป็นการจุดชนวนให้อิตาลีโหวตแยกตัวจากสหภาพยุโรป (Italexit) เหมือนอังกฤษ ทางด้านฝั่งสหรัฐฯ สิ่งที่ผู้ลงทุนยังคงต้องติดตาม คือ เรื่องนโยบายเศรษฐกิจของทรัมป์ว่าที่ดำเนินไปอย่างไร จะเหมือนหรือต่างจากแนวนโยบายที่ทรัมป์เคยใช้ในการรณรงค์หาเสียง แต่ที่แน่ๆ คือค่อนข้างแตกต่างจากรัฐบาลเดิม (พรรคเดโมแครต) ในหลายเรื่อง อาทิ เรื่องการลดภาษีเงินได้บุคคล ลดความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศกับจีนและเม็กซิโก รวมทั้งยังกีดกันแรงงานต่างด้าว ดังนั้นผลกระทบหลังการเลือกตั้งสหรัฐฯ จึงเป็นประเด็นที่สำคัญที่อาจทำให้เกิดความผันผวนในตลาดการเงินเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแข็งค่าของดอลลาร์สหรัฐฯ ที่ส่งผลให้ค่าเงินประเทศต่างๆอ่อนค่าในเชิงเปรียบเทียบ รวมทั้งอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลสหรัฐฯ มีแนวโน้มสูงขึ้นหลังนักลงทุนเทขายสินทรัพย์ความเสี่ยงต่ำ มาเข้าลงทุนสินทรัพย์เสี่ยงอย่างหุ้นสหรัฐฯ ขณะที่ในแง่ของเศรษฐกิจคู่ค้าอย่างจีนและญี่ปุ่นอาจจะได้รับผลกระทบจากการที่ทรัมป์เน้นกระตุ้นเศรษฐกิจภายในสหรัฐฯเป็นหลัก อย่างไรก็ตามประเทศไทยทางฝั่งเอเชียถือว่าได้รับผลกระทบจากประเด็นกีดกันทางการค้าค่อนข้างจำกัด เนื่องจากมีการส่งออกไปสหรัฐฯ เป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) แต่ความ

กังวลเรื่องเงินลงทุนไหลกลับหากค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ มีการแข็งตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นปัจจัยที่กดดัน และต้องจับตาต่อไปอีกประเด็นที่ไม่พูดถึงไม่ได้ คือเรื่องความแตกต่าง และทิศทางการดำเนินนโยบายของ ธนาคารกลางของประเทศแกนหลัก อาทิ สหรัฐฯ ซึ่งมีแนวโน้มปรับขึ้นดอกเบี้ยอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดย คาดว่าจะปรับขึ้น 1 – 2 ครั้งในปี 2560 สวนทางกับฝั่งยุโรปที่ยังคงนโยบายดอกเบี้ยติดลบ ขณะที่ตลาด คาดว่าธนาคารกลางยุโรปมีโอกาสผ่อนคลายนโยบายการเงินเพิ่มเติมเพื่อประคองการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ จากผลของ Brexit ท่ามกลางปัจจัยเสี่ยงด้านการเมือง และสถานะธนาคารของประเทศในภูมิภาคที่อ่อนแอ ฝั่งธนาคารกลางญี่ปุ่นต้องเผชิญแรงกดดันจากหลายประเด็น อาทิ ภาวะเงินฝืด เงินเยนแข็งค่า และปัญหา โครงสร้างประชากรที่มีผู้สูงอายุจำนวนมาก ทำให้ธนาคารกลางญี่ปุ่นมีการปรับเปลี่ยนมาใช้ในการดูแลการ เคลื่อนไหวของระดับอัตราดอกเบี้ยระยะยาว จากเดิมที่เน้นการเพิ่มปริมาณเงิน ด้านจีนและอินเดียยังคงใช้ นโยบายผ่อนคลายทางการเงินผ่านการปรับลดอัตราดอกเบี้ย เพื่อกระตุ้นการลงทุนของภาคเอกชน และ การบริโภคของประชาชน ซึ่งความแตกต่างของนโยบายเหล่านี้ย่อมส่งผลถึงการเคลื่อนย้ายเม็ดเงินลงทุน และตลาดการเงินทั่วโลกประเด็นสุดท้ายที่สร้างความผันผวนมาตั้งแต่ต้นปี คือเรื่องราคาน้ำมัน หลังจาก ปรับตัวลงไปอยู่ระดับต่ำกว่า 30 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ในช่วงที่ตลาดหุ้นทั่วโลกปรับฐานตอนต้นปี ก่อนที่จะ ค่อยๆ ฟื้นตัวหลังเริ่มคลายความกังวลเรื่อง อุปสงค์โลกที่ชะลอตัว และล่าสุดเป็นข่าวดีในรอบปี ที่กลุ่ม ประเทศผู้ส่งออกน้ำมัน (โอเปก) สามารถบรรลุข้อตกลงปรับลดกำลังการผลิตครั้งแรกในรอบ 8 ปี เพื่อพยุง ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ถูกกดดันจากปัญหาอุปทานล้นตลาด ส่งผลให้ราคาน้ำมันปรับตัวขึ้นมายืนเหนือ 50 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล โดยบลจ.กสิกรไทยมองว่าราคาน้ำมันในปีหน้าจะเคลื่อนไหวอยู่ในกรอบ 50-60 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ส่วนเศรษฐกิจไทยในปี 2560 น่าจะยังคงเติบโตใกล้เคียงกับปีนี้ โดยในปี 2560-2562 คาดว่าจะขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป ในช่วง 2.5-4.0%** โดยมีแรงหนุนจากการฟื้นตัวของการใช้จ่าย ในประเทศและภาคการท่องเที่ยวที่เติบโตต่อเนื่อง ประกอบกับแรงหนุนจากภาครัฐที่ใช้ นโยบาย งบประมาณขาดดุลงบประมาณ 2.6 ของ GDP เข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจรวมทั้งการผลักดันโครงการลงทุน โครงสร้างพื้นฐานให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมมากขึ้น ขณะที่คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) น่าจะคงอัตรา ดอกเบี้ยนโยบายจนถึงสิ้นปีหน้า จากเศรษฐกิจไทยที่ขยายตัวอย่างช้าๆ สำหรับมุมมองการลงทุนในปี 2560 เน้นอนว่าความผันผวนจากประเด็นต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะทำให้การหาโอกาสจากการลงทุน ในสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนดีๆ ทำได้ยากขึ้น ดังนั้นการกระจายการลงทุน (Diversify) และคัดเลือกการ ลงทุนที่เหมาะสม (Selective) จึงเป็นกุญแจสำคัญในการบริหารพอร์ตการลงทุน ทั้งนี้ บลจ.กสิกรไทย มี

มุมมองที่เป็นบวกต่อหุ้นกลุ่มอาเซียนและอินเดีย ที่มีการเติบโตของเศรษฐกิจสูงเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น โดยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐหนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และผลกำไรบริษัทจดทะเบียน แต่ประเด็นความเสี่ยงจากเงินทุนไหลออกหากดอลลาร์สหรัฐฯ แข็งค่ารวดเร็วยังคงต้องจับตาอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ หุ้นกลุ่มโครงสร้างพื้นฐานทั่วโลกที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ หุ้นมีรายได้และกระแสเงินสดสม่ำเสมอ รวมถึงมีความผันผวนต่อวัฏจักรเศรษฐกิจต่ำ ก็ช่วยลดความผันผวนของพอร์ตการลงทุนได้ก่อนจะจบบทความนี้ ขอฝากบริการเสริมน้องใหม่จาก บลจ.กสิกรไทย "จำลองพอร์ตการลงทุน" (My Port Simulator) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้นักลงทุนรู้ว่าควรจัดพอร์ตการลงทุนอย่างไรให้เหมาะสมกับความเสี่ยงของตัวเองผ่านพอร์ตการลงทุนแนะนำ พร้อมทั้งได้ทดลองจัดพอร์ตการลงทุนโดยสามารถปรับสัดส่วนการลงทุนได้ตามความต้องการ และแสดงผลตอบโต้ย้อนหลังของพอร์ตให้พิจารณา ทำให้นักลงทุนมีข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้ง่ายขึ้นก่อนการลงทุนจริง นอกจากนี้ ยังสามารถเห็นถึงประโยชน์ของการกระจายการลงทุนในหลายสินทรัพย์เพื่อให้ความเสี่ยงของพอร์ตการลงทุนลดลงอีกด้วย¹

ในประเทศไทยเองก็ได้รับผลกระทบทางด้านแรงงานและผลกระทบจากการรวมกลุ่มเป็นประเทศอาเซียนซึ่ง(ดร.วิโรจน์ กุศลมนโหม้ย กูรูตลาดนิช)² ได้ศึกษาผลกระทบด้านแรงงานและหลังการรวมกลุ่มกันเป็นประเทศสรุปได้ว่า

1. เคลื่อนย้ายแรงงานเสรี หลังปี 2560 ประเทศไทยจะมีแรงงานจาก เมียนมาร์ กัมพูชา และ ลาว เพิ่มขึ้นทั้งหมด ส่วนคนไทย ก็จะไปทำงานหารายได้ที่สูงกว่าในต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีค่าแรงที่สูงกว่าประเทศในกลุ่ม AEC เกือบทุกประเทศ หลังปรับเป็นวันละ 300 บาท ยกเว้น สิงคโปร์ ประเทศเดียว จึงทำให้มีแรงงานหลังไหลเข้ามาในไทยอย่างมาก
2. เคลื่อนย้ายสินค้าเสรี จะมีสินค้าในกลุ่ม AEC และ จีนทะลักเข้ามาในไทยมากขึ้นกว่าเดิม เหตุเพราะภาชนะนำเข้าเกือบ 95% ลดลงเหลือ 0% ยกเว้น สินค้าต้องห้าม สินค้าควบคุม และ สินค้าที่มีความอ่อนไหวเท่านั้น สินค้าเกษตรและอาหารที่ผลิตจากบริษัท ยักษ์ใหญ่ จะได้ประโยชน์ต้นทุนถูกลง และสามารถขยายไปใน AEC ง่ายขึ้น แต่ต้องระมัดระวังเรื่องการผูกขาด เพราะจะทำให้คุณภาพอาหารลดลง และมีสิ่ง

¹ <http://www.kasikomasset.com/TH/MarketUpdate/Pages/Econ2017.aspx> เข้าไปศึกษาเมื่อวันที่ 23 มี.ค. 2560

² http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1429869306 เข้าไปศึกษาเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2560

ปนเปื้อนมากขึ้น แต่น่าเสียดายที่ พลังงาน และยานยนต์ ได้ประโยชน์น้อยมาก เนื่องจาก มีผู้ผูกขาดธุรกิจน้ำมันอยู่ คือ ราคาตลาดขึ้น ขอลงตาม ราคาตลาดลง ไม่ลดตามจริง อ้างว่ามีค่าการตลาด เรื่องพลังงานไม่ควรผูกขาด การยกสัมปทานครั้งที่ 21 ควรแสดงข้อมูลอย่างโปร่งใส และไม่ควรรูปปิดข้อมูลแหล่งพลังงานทุกแห่งในไทยแก่ประชาชน อีกต่อไป

3. เคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยเสรี จะมีประชากร SME ใน AEC อพยพเข้ามาทำงาน และ เปิดกิจการในไทยมากขึ้นกว่าเดิม เมื่อเดินในห้างฯ หรือ แหล่งศูนย์การค้า จะพบคนต่างชาติมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้คอนโดมิเนียมในย่านการค้า มีคนต่างชาติมาเช่า หรือ ซื้อมากขึ้น เนื่องจากเทียบแล้ว ราคาเช่าคอนโดที่อยู่อาศัยในไทย ยังถูกกว่า มาเลเซีย และ สิงคโปร์อย่างมาก แต่ต้นทุนค่าเช่าร้านขายของในห้างฯกลับแพงหูฉี่กว่า ทุกประเทศใน AEC ซึ่งรัฐบาลควรจะไปควบคุมให้ใกล้เคียงกับ ประเทศเพื่อนบ้าน

4. เคลื่อนย้ายบริการเสรี อาชีพบริการ เช่น แพทย์ ครู วิศวกร หรือ แม่กระทั่ง พนักงานโรงแรม พ่อครัว และแอร์โฮสเตส นักบิน ธนาคาร จะมาทำงานในไทยมากขึ้น กิจการโรงแรม โรงพยาบาล ร้านอาหาร จะมีคนต่างชาติมาเปิดมากขึ้น รวมทั้ง ร้านอาหารจีนแต่จี๊ ธนาคาร หรือ อาจมาซื้อกิจการของคนไทยผ่านการถือหุ้น หรือ ซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ เช่น ธนาคารกรุงเทพ กรุงไทย กสิกร กรุงศรี ธนชาติ ล้วนมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เป็น บริษัทต่างชาติทั้งนั้น เหตุเพราะธนาคารไทยเก็บดอกเบี้ยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ภาครัฐฯควรเข้ามาควบคุม ดอกเบี้ยเงินกู้ให้ต่ำลงเพื่อช่วย SME

5. ต้นทุนการผลิตจะสูงขึ้น ทำให้ความสามารถการแข่งขันในด้านการผลิตและ อุตสาหกรรมลดลงไม่ว่าจะเป็นต้นทุนที่ดิน ต้นทุนค่าเช่า ต้นทุนแรงงาน ต้นทุนการตลาด ต้นทุนด้านการเงินและ ดอกเบี้ยที่สูงกว่าประเทศอื่น ต้นทุนการขนส่งและ โลจิสติกส์ ต้นทุนการจัดการ ผู้ส่งออกและ นักลงทุนต่างย้ายฐานการผลิตไป CLMV กัมพูชา ลาว พม่า และ เวียดนามแทน เนื่องจาก ยุโรปตัด GSP ของไทยแล้ว ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 58 นี้

6. ความสามารถในการด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี คงที่ หรือ ลดลง เนื่องจาก อุตสาหกรรมไทยที่ลงทุนโดยต่างชาติ ต่างเข้ามาว่าจ้างผลิต ด้วยค่าแรงราคาถูก หรือ ให้ผลิตสินค้าที่มีกำไรต่ำ หรือ ใช้เทคโนโลยีแบบพื้นๆ สินค้าหรือ ชิ้นส่วนที่ใช้เทคโนโลยีสูง ต่างชาติจะเก็บไว้ผลิตเองหรือ ให้คนในชาติเดียวกันผลิต เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ของญี่ปุ่น ลงทุนในไทย มากกว่า 50 ปี แต่ไม่เคยถ่ายทอดเทคโนโลยี ขึ้นสูงให้คนไทยเลย แม้แต่น้อย อีกทั้งยังสั่งซื้อชิ้นส่วนจากบริษัท ญี่ปุ่นด้วยตัวเองอีกด้วย จึงทำให้บริษัทญี่ปุ่นไม่จำเป็นต้องพึ่งพาคนไทยอีก ที่ยังผลิตอยู่เพราะต้องการตลาดผลประโยชน์จากตลาดในประเทศเท่านั้นและ

สามารถย้ายฐานการผลิตได้ทุกเมื่อ หากขนาดตลาดลดลง หรือ เศรษฐกิจตกต่ำลง บริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีนไม่ถึง 10 ปี จีนก็สามารถผลิต รถยนต์ของตนเองได้ เพราะกลยุทธ์และเงื่อนไขคำว่า Transfer Technology นั้นเอง

7. ต้นทุนการขนส่ง หรือ โลจิสติกส์ของไทย สูงกว่าทุกๆชาติ ใน AEC ทั้งทางบก ทางน้ำ และ ทางอากาศ เพราะไทยไม่มีระบบและท่าเรือน้ำลึกที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เสียค่าใช้จ่ายการนำเข้า-ส่งออกสูง

ยกตัวอย่าง สายการบิน Air Asia เป็น Low Cost Airline ของมาเลเซีย มีผลประกอบการแซงหน้า Thai Airway อย่างมาก นี้ไม่ใช่เพราะ Air Asia เก่งกว่า เหตุผลหนึ่งคือ การบินไทยมีการเมืองแทรกแซงโดยตลอด ทำให้ได้รับเส้นทางการบินที่ขาดทุน และ ซื้อเครื่องบินในราคาแพง

8. ปัญหากฎหมายเก่าๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการขยาย อุตสาหกรรม และ การตลาด เช่น กฎหมาย จดทะเบียนยานยนต์ รถ Eco Car ที่ใช้พลังงานทดแทน เช่น รถพลังงานแสงอาทิตย์ รถพลังงานไฟฟ้า รถพลังงานไฮโดรเจน และ รถที่ใช้เครื่องยนต์ขนาดเล็ก รวมถึง การส่งเสริมด้าน R&D , Business Matching และ สนับสนุนการทดลองสั่งซื้อ จาก ภาครัฐ ราชการ และ เทศบาล อย่างเช่นรัฐบาลเกาหลี สนับสนุนรถ Hyundai เป็นรถแบรนด์เกาหลีแบรนด์แรก

9. อนาคตการศึกษา และเด็กไทย ประเทศไทย มีคุณภาพการศึกษาที่ต่ำใน AEC แต่มีค่าเล่าเรียนที่สูงที่สุด เกือบล้านบาท ต่อคน แต่เมื่อจบปริญญาตรีแล้ว กลับได้เงินเดือนเพียง หมื่นกว่าบาท เท่านั้น ภาครัฐควรปรับโครงสร้างการศึกษา และ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้จบตามความต้องการของชาติ เช่น เราต้องการแพทย์ปีละกี่คน ต้องการวิศวกรปีละกี่คน เป็นต้นสุดท้ายแล้ว AEC ต้องแข่งขันกันด้วยสินค้าคุณภาพของประชากรไม่ใช่จำนวนประชากร

การตลาดระหว่างประเทศจึงกลายเป็นนโยบายเศรษฐกิจที่สำคัญแม้จะเป็นยุคภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่ต่ำต่ำ แต่ถือได้ว่าให้ชุมชนได้เรียนรู้สร้างประสบการณ์นำสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศ (Jim O Neil :2016) ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของบริษัท Goldman Search ได้เขียนบทวิเคราะห์ว่า กลุ่มที่ประกอบไปด้วย 4 ประเทศ “BRIC.”- Brazil, Russia, India, China- เป็นประเทศที่มีการพัฒนาสูงและมีบทบาทในทางเศรษฐกิจ การเมืองระดับโลกในอนาคต ประเทศเหล่านี้ให้ความสำคัญต่อสินค้าชุมชน และพยายามผลักดันสินค้าชุมชนเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ โดยมีเป้าหมายคือประเทศเพื่อนบ้านสอดคล้องกับองค์การการค้าโลก(WTO : World Trade Organization) ซึ่งสนับสนุนการตลาดระหว่างประเทศ และการตั้งธุรกิจใหม่ ๆ โดยมองว่าแรงขับเคลื่อนที่สำคัญได้แก่แรงงานในชุมชน

และสินค้าในชุมชน และการผลักดันให้เข้าระบบการตลาดระหว่างประเทศเพื่อสร้างความสำเร็จเติบโตทางเศรษฐกิจ ลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงาน จนนำไปสู่การพัฒนาอาชีพที่ยั่งยืนและลดความยากจนลง (World Trade Report : 2015) ด้วยเหตุที่ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจจะเป็นช่วงเวลาแห่งการบ่มเพาะศึกษาวงจรธุรกิจและผลิตภัณฑ์ของตัวเอง แล้วค่อย ๆ ขยายขอบเขตและกลยุทธ์การตลาดสู่การตลาดระหว่างประเทศ การผลักดันสินค้าชุมชนไปตลาดระหว่างประเทศนั้นสอดคล้องกับการศึกษาของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด(มหาชน) พบว่าอัตราการส่งสินค้าระหว่างท้องถิ่นสู่ท้องถิ่น หรือ ชุมชนกับประเทศเพื่อนบ้านมีการเติบโตถึงอัตราร้อยละ 150 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา Nick Walton แห่งเมซอนดอทคอมพบว่าว่าสถาปัตยกรรมแบบใหม่ๆ ของ AWS จะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลเกิดขึ้นแบบเรียลไทม์ได้ ไม่ใช่เป็นการรันแบตชีวิเคราะห์ในตอนกลางคืนเหมือนอย่างเคย ตัวอย่างที่ชัดเจนคือเกมมือถือในปัจจุบัน นักพัฒนาสามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้เล่นกำลังจะเลิกเล่นเพราะเล่นแพ้ในตอนไหน และสามารถนำเสนอไอเทมพิเศษเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้เล่นเล่นเกมต่อได้อีกอย่างน้อย 5 นาทีได้เลย ซึ่งการทำแบบนี้ต้องอาศัยการวิเคราะห์แบบเรียลไทม์เท่านั้นเป้าหมายสำคัญของ AWS คือรับฟังเสียงของลูกค้าให้มาก ส่งผลให้ AWS มีฟีเจอร์ใหม่ในแต่ละปีเยอะมาก (ปี 2015 มีฟีเจอร์ใหม่ 722 ตัว) มีบริการคลาวด์แทบทุกประเภทเท่าที่จะทำได้ตามที่ลูกค้าร้องขอ ซึ่งในด้านกลับก็สร้างความสับสนให้ลูกค้า ไม่รู้จะใช้อะไรดี ซึ่งเป็นภารกิจของ AWS ในการแก้ปัญหานี้ ทำให้มันเข้าใจง่ายขึ้น เรียบง่ายขึ้นให้ได้ วิธีการก็ต้องส่งคนของ AWS เข้าไปพูดคุย ให้คำแนะนำกับลูกค้าอยู่เรื่อยๆ และมุ่งนำสินค้าเข้าสู่ตลาดชุมชนทั่วโลก ทั้งนี้ AWS มาว่า ในขณะที่อำนาจซื้อของคนระดับกลางลดน้อยลง ซึ่งสวนทางกันกับ คนระดับชุมชนกลับมีเงินออม และมีอำนาจซื้อโดยเฉพาะประเทศใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ Nick Walton ได้กล่าวถึง Sufficiency Economics ซึ่งตรงกับแนวคิดของในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ว่าด้วยเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยหลักง่าย ๆ คือ เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย จึงทำให้กลุ่มในชุมชนคิดหาวิธีผลิตสินค้าและบริการขึ้นมาเอง ซึ่งสินค้าเหล่านี้มาจากการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ หรือแม้กระทั่งภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่สุดคือชุมชนในชนบทมีอัตราการออมเพิ่มมากขึ้น และมีอำนาจใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น “ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำเป็นธรรมชาติของทุกระบบเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจให้ประชาชนของประเทศมีงานทำและมีรายได้เลี้ยงดูครอบครัวได้จึงมักพุ่งเป้าไปที่การพัฒนาอุตสาหกรรม กระบวนการปรับไปสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมหรือมีการผลิตด้านอุตสาหกรรมสูงขึ้นสอดคล้องกับการดูแลการค้าเกินดุล คือต้องหาเงินตราต่างประเทศมาไว้เพื่อจ่ายชำระค่าเครื่องจักรที่จะใช้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มีตลาดรองรับ สินค้าที่มีความต้องการมากขึ้นก็จะทำให้เกิดการขยายตัวด้านการผลิต การขยายการผลิตจะ

นำไปสู่การขยายการลงทุนและความต้องการแรงงาน และนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจในที่สุด ในทางกลับกันประเทศที่จะมีการลงทุนเพิ่มขึ้นได้ต้องมีเงินออมที่เพิ่มขึ้นในปริมาณที่เท่ากันด้วยในกรณีที่ประเทศมีปัญหาการออมต่ำ แต่มีความต้องการเงินลงทุนจำนวนมากจำเป็นต้องยืมเงินออมของประเทศอื่นหรือจากแหล่งให้ กู้ ยืมอื่นๆ มาใช้ ในการลงทุน การลงทุนมีผลทำให้ รายได้ประชาชาติสูงขึ้นและเมื่อรายได้ประชาชาติสูงขึ้น การบริโภคก็สูงขึ้น หากการผลิตภายในประเทศไม่พอ ผลที่ตามมาคือการนำเข้าสินค้าและบริการมากขึ้น ทำให้เกิดการขาดดุลการค้า การไหลออกของเงินตราต่างประเทศและการอ่อนค่าของเงินตราสกุลในประเทศ³ เมื่อนำมาวิเคราะห์กับตลาดระหว่างประเทศของสินค้าชุมชน เป็นไปได้ว่าเป็นช่วงของการลงทุนและค่อย ๆ ขยายตลาดออกไป จากการศึกษาที่มีผลทางบวกของ ไร่นัส วงศา และ สวณไผ่ ยอดขวัญ ที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดสกลนคร โดยพบว่านอกจากลูกค้าในท้องถิ่นแล้วยังมีพ่อค้าคนกลางจากประเทศเพื่อนบ้านเช่นลาว พม่า กัมพูชา แม้แต่คำสั่งซื้อสินค้าจากประเทศจีนซึ่งต้องขนส่งให้ทางเรือ ก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สินค้าที่ขายดีมากที่สุดและได้รับคำสั่งซื้อมากที่สุดคือหน่อไม้(ไม่ตองอินโดจีน ไม่ตองกิมซุง และ ไม้บงหวานเพชรน้ำผึ้ง) นอกจากนี้อินเดียก็เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อสินค้าชุมชนไทยมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าประเภทหมาก พลุ(ใช้ในการบูชาในพิธีกรรมทางศาสนา) ก็มีเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ จากตลาดระหว่างประเทศของสินค้าชุมชนนี้เองเป็นไปได้ว่าในอนาคตวันข้างหน้า กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ อาจต้องกู้ยืมเงินหรือ ระดมทุน จากธนาคารชาวนาเหมือนประเทศสหรัฐอเมริกา และเมื่อถึงวันนั้นอำนาจของสินค้าชุมชนจะมีอำนาจต่อรองด้านราคา รวมทั้งดอกเบี้ยจากการฝากเงินออมก็จะมีเพิ่มมากขึ้นไปด้วยเช่นเดียวกันกับกลุ่มผู้ทอผ้าย้อมคราม ในบ้านโนนเรือ ตอเรือ ตำบลนาหัวบ่อ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร ซึ่งทำการผลิตทอผ้าด้วยการย้อมคราม ผลิตออกมาเป็นเสื้อ ผ้าดิบ หรือ อุปกรณ์อื่น ๆ สินค้าต่าง ๆ เป็นที่ถูกใจนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ทั้งเดินทางมาซื้อเองเพื่อนำไปขายต่อ และการสั่งสินค้าทางออนไลน์เพื่อใช้เองและนำไปขายให้กับลูกค้าต่อไป⁴

กิตตินันต์ พิศสุวรรณ(2557) ได้ทำการศึกษาความต้องการสินค้าและบริการของเขตชายแดนด้านสิงขรณ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า สินค้าประเภทหัตถกรรม เช่น โตะ แก้ว ที่ทำขึ้นจากไม้สักบ้าง

³ การบรรยายพิเศษ ดร.สุรินทร์ พิศสุวรรณ สถาบันพระปกเกล้า 28 กุมภาพันธ์ 2560

⁴ ข้อมูลกลุ่มทอผ้าย้อมครามของชาวสกลนครได้ที่ www.economicshuman.com

ไม้แดงบ้าง หรือแม้กระทั่งไม้จำสา ก็เป็นที่ต้องการของประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ขายสินค้าเหล่านี้ได้ให้บริการลูกค้าด้วยการส่งให้ทางไปรษณีย์เป็นพัสดุถึงบ้าน จึงถือได้ว่าด้านสิ่งขจรณ์เป็นแหล่งผลิตสินค้าชุมชนประเภทนี้เป็นประเภทที่ขายดีที่สุด แม้แต่นักท่องเที่ยวของไทยเราเองก็ยังคงเดินทางเพื่อไปซื้อ เพราะด้วยเหตุผลว่า คุณภาพดี ราคาไม่แพงมาก รongลงมาได้พันธุ์ไม้ชนิดต่าง ๆ ที่ประเทศเพื่อนบ้านอย่างพม่าให้ความสนใจ และสินค้าอีกสิ่งหนึ่งที่ชาวพม่าใช้ระบบ และ ถือประเทศไทยเป็นที่ตั้งและได้รับความนิยมนอย่างมากเช่นกันคือสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือได้ว่าเป็นการตลาดระหว่างประเทศได้เช่นกัน

ตารางประกอบที่ 1 แสดงแผนที่ของประเทศเพื่อนบ้านและกลุ่มอาเซียนอันประกอบด้วยประเทศเพื่อนบ้าน



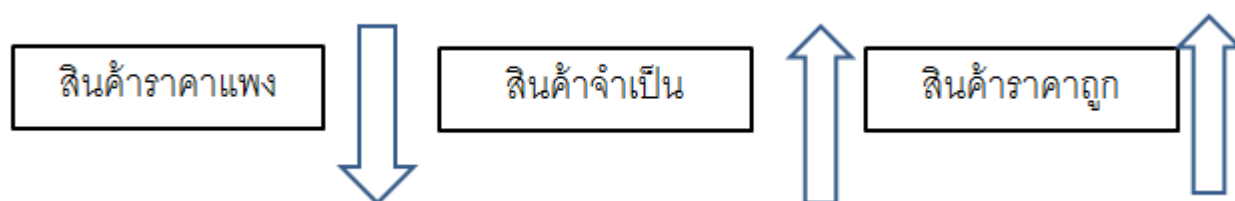
ที่มา : <https://www.google.co.th/search?q=แผนที่กลุ่มประเทศอาเซียน> เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 23 มี.ค. 60

1. บรูไน ดารุสซาลาม (Brunei Darussalam)
2. ราชอาณาจักรกัมพูชา (Kingdom of Cambodia)
3. สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (Republic of Indonesia)
4. สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (The Lao People's Democratic Republic)

5. มาเลเซีย (Malaysia)
6. สหภาพพม่า (Union of Myanmar)
7. สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Republic of the Philippines)
8. สาธารณรัฐสิงคโปร์ (Republic of Singapore)
9. สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (Socialist Republic of Vietnam)
10. ราชอาณาจักรไทย (Kingdom of Thailand)

สำหรับ "อา เซียน +6" หรือ FTA ASEAN PLUS 6 ก็คือ การรวมกลุ่มกันของ 16 ประเทศ ที่ประกอบไปด้วยกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไนดารุสซาลาม, พม่า, กัมพูชา, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, มาเลเซีย, ลาว, สิงคโปร์, ไทย และเวียดนาม รวมกับประเทศที่อยู่นอกอาเซียนอีก 6 ประเทศ คือ จีน, ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, ออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์ และอินเดีย ซึ่งหากนับจำนวนประชากรในกลุ่มนี้แล้ว จะพบว่า อาเซียน +6 มีประชากรรวมกันกว่า 3 พันล้านคน หรือคิดเป็น 50% ของประชากรโลกเลยทีเดียว อาเซียน +3 ประกอบด้วยสมาชิก 13 ชาติ คือ 10 ชาติสมาชิกอาเซียน รวมกับจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งมีประชากรรวมทั้งสิ้นกว่า 2,000 ล้านคน หรือหนึ่งในสามของประชากรโลก แต่เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เข้าด้วยกัน จะทำให้มีมูลค่าถึง 9 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 16 ของจีดีพีโลก ขณะที่ยอดเงินสำรองต่างประเทศรวมกันจะสูงถึง 3.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐซึ่งมากกว่ากึ่งหนึ่งของเงินสำรองต่างประเทศของโลก โดยตัวเลขทางเศรษฐกิจเหล่านี้ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า อาเซียน+3 จะมีบทบาทเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความก้าวหน้าต่อไปในอนาคต⁵

ตารางประกอบที่ 2 แสดงอุปทานสินค้าในตลาด



เมื่อพิจารณาโครงสร้างของตลาดพบว่า สินค้าราคาแพงในปัจจุบันมียอดขายลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน แต่กลับพบว่าสินค้าจำเป็นและสินค้าราคาถูก ซึ่งในความหมายนี้สินค้าราคาถูกผู้ศึกษาได้หมายถึง

⁵ http://www.lampangvc.ac.th/lvcasean/page_asean.htm เข้าไปศึกษาเมื่อวันที่ 23 มี.ค. 60

สินค้าชุมชน ที่มีราคาไม่แพงคนในประเทศและต่างประเทศสามารถจับจ่ายใช้สอยได้ หลักฐานดังกล่าวเรา มาดูตารางดัชนีผู้บริโภคปี 2559 ดูว่า มีอัตราเพิ่มขึ้นหรือลดลง

ตารางประกอบที่ 3 แสดงดัชนีการบริโภคทั่วไป และการบริโภคพื้นฐาน

หมวด/ เดือน	อัตราการเปลี่ยนแปลงเปรียบเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน																															
	ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป														ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน																	
	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560
มกราคม	0.8	2.2	1.2	2.7	5.9	3.0	4.3	-0.4	4.1	3.0	3.4	3.4	1.9	-0.4	-0.5	1.6	1.00	.40	-.10	.70	2.50	1.60	1.20	1.60	.60	1.32	2.75	1.59	1.04	1.64	.59	.75
กุมภาพันธ์	0.3	1.9	2.2	2.5	5.6	2.3	5.4	-0.1	3.7	2.9	3.4	3.2	2.0	-0.5	-0.5	1.4	.90	.30	.20	.60	2.70	1.40	1.50	1.80	.30	1.45	2.72	1.57	1.22	1.45	.68	.59
มีนาคม	0.6	1.7	2.3	3.2	5.7	2.0	5.3	-0.2	3.4	3.1	3.5	2.7	2.1	-0.6	-0.5		1.00	.20	.20	.80	2.60	1.30	1.70	1.50	.40	1.62	2.77	1.23	1.31	1.31	.75	
เมษายน	0.4	1.6	2.5	3.6	6.0	1.8	6.2	-0.9	3.0	4.0	2.5	2.4	2.5	-1.0	0.1		.50	.20	.20	.80	2.90	1.20	2.10	1.00	.50	2.07	2.13	1.18	1.66	1.02	.78	
พฤษภาคม	0.1	1.9	2.4	3.7	6.2	1.9	7.6	-3.3	3.5	4.2	2.5	2.3	2.6	-1.3	0.5		.40	.10	.50	1.20	2.70	.70	2.80	-.30	1.20	2.48	1.95	.94	1.75	.94	.78	
มิถุนายน	0.2	1.7	3.0	3.8	5.9	1.9	8.9	-4.0	3.3	4.1	2.6	2.3	2.4	-1.1	0.4		.20	.20	.50	1.30	2.70	.70	3.60	-1.00	1.10	2.55	1.92	.88	1.71	.94	.80	
กรกฎาคม	0.1	1.8	3.1	5.3	4.4	1.7	9.2	-4.4	3.4	4.1	2.7	2.0	2.2	-1.1	0.1		.20	.10	.70	1.90	2.00	.80	3.70	-1.20	1.20	2.59	1.87	.85	1.81	.94	.76	
สิงหาคม	0.3	2.2	3.1	5.6	3.8	1.1	6.4	-1.0	3.3	4.3	2.7	1.6	2.1	-1.2	0.3		.30	.00	.50	2.30	1.90	.70	2.70	-.20	1.20	2.85	1.76	.75	1.83	.89	.79	
กันยายน	0.4	1.7	3.6	6.0	2.7	2.1	6.0	-1.0	3.0	4.0	3.4	1.4	1.8	-1.1	0.4		.30	.00	.60	2.30	1.90	.80	2.60	-.10	1.10	2.92	1.89	.61	1.73	.96	.75	
ตุลาคม	1.4	1.2	3.5	6.2	2.8	2.5	3.9	0.4	2.8	4.2	3.3	1.5	1.5	-0.8	0.3		.20	.00	.60	2.40	1.80	1.00	2.40	-.10	1.10	2.89	1.83	.71	1.67	.95	.74	
พฤศจิกายน	1.2	1.8	3.0	5.9	3.5	3.0	2.2	1.9	2.8	4.2	2.7	1.9	1.3	-1.0	0.6		.20	.10	.60	2.40	1.70	1.10	2.00	.10	1.10	2.90	1.85	.85	1.60	.88	.72	
ธันวาคม	1.6	1.8	2.9	5.8	3.5	3.2	0.4	3.5	3.0	3.5	3.6	1.7	0.6	-0.9	1.1		.30	.00	.60	2.60	1.50	1.20	1.80	.30	1.40	2.66	1.78	.91	1.69	.68	.74	

ที่มา: http://www.indexpr.moc.go.th/price_present/cpi/stat/others/repor เข้าไปศึกษาเมื่อวันที่ 23 มี.ค. 60

จะเห็นได้ว่าดัชนีผู้บริโภคทั่วไป และ ดัชนีผู้บริโภคพื้นฐาน มีการเพิ่มขึ้นหรือลดลง และโดยส่วนมากเป็น อัตราที่ลดลง มีเพิ่มขึ้นได้บ้างเป็นบางปี ซึ่งนักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์คาดเดาสถานการณ์นี้ว่าการ เพิ่มขึ้นโดยอัตราเร่งเนื่องจากเทศกาล หรือ เป็นปีที่รัฐบาลให้ข้อมูลว่า GDP ของประเทศเรากำลังจะโต ดังนั้นทางออกของนักเศรษฐศาสตร์ หรือ แม้กระทั่งนักการตลาดจะต้องหาตลาดใหม่ ๆ เข้ามาให้ได้ซึ่ง แนนอนที่สดุดนั้นคือการตลาดระหว่างประเทศ แต่จะขายอะไรในเมื่อวิกฤติเศรษฐกิจประสบปัญหาทั่วโลก จอห์น เมย์นาร์ด เคนส์ (John Maynard Keynes), 2426-2489 **คนส์เสนอวิธีการแก้ไขภาวะเศรษฐกิจ ตกต่ำโดยการกระตุ้น (จงใจให้ลงทุน) ผ่านการใช้สองวิธีรวมกัน คือ การลดอัตราดอกเบี้ย และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน** ซึ่งเป็นการอัดฉีดรายได้และส่งผลให้มีการใช้จ่ายมากขึ้นในระบบ เศรษฐกิจ ซึ่งจะกระตุ้นให้มีการผลิตและการลงทุนมากขึ้น จนทำให้เกิดรายได้และการใช้จ่ายมากขึ้น และ ส่งผลวนเวียนต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ จึงทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั้งหมดมีค่าหลายเท่าของการ ลงทุนครั้งแรก ลองประยุกต์ใช้ทฤษฎีถ้าเรามาสันนับสนุนและจงใจการลงทุนในสินค้าภาคชุมชน (Community Sector) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีราคาไม่แพงและโลกเปลี่ยนไป โดยเฉพาะโลกแห่งการไม่มีขอบเขต ของการสื่อสารการติดต่อ เป็นสิ่งที่ทำให้ตลาดชุมชนก้าวสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างง่ายกว่าที่คิด จาก

ศึกษาทางการเงินของกลุ่มบริษัทบีทีซี โลตัส 7-11 แมคโคร ซึ่งขายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าจำเป็น พบว่าอัตราการเติบโตของกำไรสุทธิลดลงเป็นอย่างมากเมื่อเทียบงบการเงินของปีที่ผ่านมาโดยกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มบริษัทเหล่านี้เน้นราคาถูกเป็นที่ตั้งยังหนีไม่พ้นผลขาดทุน

กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าเอสไอ โลตัส รีเทล โกรท
งบกำไรขาดทุน (ยังไม่ได้ตรวจสอบ)
สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559

		พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2558
	หมายเหตุ	บาท	บาท
รายได้จากการลงทุน			
รายได้ค่าเช่าและบริการ		722,808,787	710,573,809
รายได้ดอกเบี้ย		3,889,568	3,204,281
รายได้อื่น		333,751	443,615
รวมรายได้		727,032,106	714,221,705
ค่าใช้จ่าย			
ค่าธรรมเนียมการจัดการ	9, 10	3,924,703	3,894,865
ค่าธรรมเนียมผู้ดูแลผลประโยชน์	9	723,498	702,406
ค่าธรรมเนียมนายทะเบียน	9, 10	1,085,247	1,053,610
ค่าธรรมเนียมบริหารอสังหาริมทรัพย์	9, 10	62,331,028	63,204,052
ค่าธรรมเนียมวิชาชีพ		398,891	348,088
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ	9	78,290,154	88,154,691
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งกองทุนตัดจ่าย		-	17,748,577
ค่าเช่าที่ดิน		12,060,218	11,933,732
ค่าใช้จ่ายอื่น	9	1,131,339	(872,767)
รวมค่าใช้จ่าย		159,945,078	186,167,254
รายได้จากการลงทุนสุทธิก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงิน		567,087,028	528,054,451
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน			
ดอกเบี้ยจ่าย		19,153,377	19,372,746
รายได้จากการลงทุนสุทธิ		547,933,651	508,681,705
รายการกำไร (ขาดทุน) สุทธิจากเงินลงทุน			
กำไร (ขาดทุน) สุทธิที่ยังไม่เกิดขึ้นจากการวัดค่าเงินลงทุน		(447,909)	115,963
รวมรายการกำไร (ขาดทุน) สุทธิจากเงินลงทุน		(447,909)	115,963
การเพิ่มขึ้นในสินทรัพย์สุทธิจากการดำเนินงาน		547,485,742	508,797,668

จากข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์เป็นโอกาสอย่างดีมากที่สินค้าชุมชนจะก้าวสู่ตลาดระหว่างประเทศได้ ถึงแม้จะมีอุปสรรคบ้าง

ตลาดระหว่างประเทศคืออะไร

การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับการตลาดระหว่างประเทศในหลายๆ คำจำกัดความดังต่อไปนี้

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

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของการตลาดระหว่างประเทศว่า การตลาดระหว่างประเทศคือความสามารถในการผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสามารถเข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในตลาดระดับโลกได้อย่างกลมกลืน มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการตลาด

ดังนั้น การตลาดระหว่างประเทศ คือ การทำธุรกิจค้าขายอันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและนำเสนอบริการที่อยู่ในรูปของสินค้าและบริการให้กับลูกค้าข้ามพรมแดนทางรัฐศาสตร์จากประเทศหนึ่งสู่ตลาดระหว่างประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อการหาตลาดใหม่ เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดหรือเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่อยู่ในตลาดระหว่างประเทศ โดยจุดมุ่งหมายที่แท้จริงคือ ธุรกิจต้องการรายได้ที่เป็นเงินจากลูกค้าในตลาดระหว่างประเทศ

การตลาดระหว่างประเทศจึงเป็นเรื่องที่ซับซ้อนกว่าการตลาดภายในประเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้น ธุรกิจจะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศได้นั้น การตลาดระหว่างประเทศไม่ใช่เพียงแค่การขนส่งสินค้าข้ามพรมแดน การตลาดระหว่างประเทศไม่ใช่แค่การดำเนินการทางการตลาดโดยใช้หลักการตลาดพื้นฐานทั่วไป ที่ธุรกิจเคยใช้มาในตลาดภายในประเทศแล้วประสบความสำเร็จ เช่น การใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Product, Price, Place and Promotion) ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้อาจจะไม่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศ บางตลาดเลยก็เป็นได้ เนื่องจากตลาดภายในประเทศกับตลาดระหว่างประเทศจะมีความแตกต่างของปัจจัยต่างๆ อยู่เป็นอย่างมาก ดังนั้นสิ่งที่นักการตลาดระหว่างประเทศต้องระลึกถึงเสมอก็คือ วิธีที่จะสร้างความสำเร็จทางการตลาดทั้งตลาดภายในประเทศรวมถึงตลาดระหว่างประเทศนั้น นักการตลาดต้องค้นหาวิธีที่จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้าง

ความพึงพอใจให้ตลาดหรือธุรกิจต้องค้นหาวิธีที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ธุรกิจจึงจะพบกับความสำเร็จทางการตลาด

ดังนั้นนักการตลาดที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการก้าวสู่ตลาดระหว่างประเทศจึงควรตอบคำถามพื้นฐานดังต่อไปนี้ ก่อนจะดำเนินการใดๆ ในตลาดระหว่างประเทศ

1. ธุรกิจจะดำเนินการอย่างไร เพื่อให้คุณค่าที่ธุรกิจสร้างขึ้นมาในรูปของสินค้าหรือบริการสามารถนำเสนอต่อตลาดระหว่างประเทศได้อย่างเหมาะสมตรงกับความต้องการของลูกค้าในตลาดระหว่างประเทศ

2. ธุรกิจต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงอะไรบางอย่างที่มีความจำเป็นต่อตลาดระหว่างประเทศ

3. อุปสรรคและข้อจำกัดที่เกิดขึ้น เนื่องจากการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในตลาดระหว่างประเทศมีอะไรบ้าง

4. ธุรกิจจะดำเนินการอย่างไรที่จะเปลี่ยนอุปสรรคในตลาดระหว่างประเทศให้เป็นโอกาส

5. กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดระหว่างประเทศ มีอะไรบ้าง

อย่างไรก็ตามมีสินค้าจำนวนมากที่เข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศโดยไม่เป็นไปตามทฤษฎีที่ได้กล่าวมาแล้ว

สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่เกิดตราสินค้าใหม่(New Brand)และเข้าไปดำเนินการด้านตลาดต่างประเทศอย่างรวดเร็ว

ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกและมีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้มีการพัฒนาแนวคิด

ใหม่เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว หรือที่เรียกกันว่า ผู้ประกอบการระหว่างประเทศ (International

Entrepreneurship) McDougall et al (2003) ได้เสนอเพิ่มเติมของการตลาดระหว่างประเทศว่า นับวันจะมี

เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้เสนอว่าการตลาดระหว่างประเทศนั้นมีลักษณะบางประการร่วมกันและ

ทำให้แตกต่างไปจากการตลาดระหว่างประเทศ(Domestic Marketing)ลักษณะดังกล่าวได้แก่

1. การดำเนินงานของตลาดระหว่างประเทศมักจะมีทีมงานบริหารในการดำเนินการตลาด

ระหว่างประเทศมาก่อนจัดตั้งบริษัท ทำให้สามารถค้นหาโอกาสทางธุรกิจสูง ในกรณีไม่มี

ประสบการณ์ด้านการตลาดระหว่างประเทศมักใช้การจ้างทีมงานบริหารหรือบุคลากรที่มี

ประสบการณ์เข้ามาดำเนินการแทน

2. กลยุทธ์ของตลาดระหว่างประเทศมุ่งเน้นไปที่การสร้าง ความแตกต่างในสินค้าและบริการ

คุณภาพ การตลาด และนวัตกรรม โดยเฉพาะกลยุทธ์การแข่งขันด้านนวัตกรรม

3. การตลาดระหว่างประเทศมักมีการบูรณาการด้านอุตสาหกรรมในระดับสากล โดยมุ่งเน้นไปที่การผลิตสินค้าในท้องถิ่นหรือ Location ที่ใกล้ชิดวัตถุดิบในการผลิต เพื่อจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมากกว่าสินค้าที่มุ่งเน้นภายในประเทศ
4. การตลาดระหว่างประเทศในอนาคตจะมุ่งเน้นไปที่การวิจัยและพัฒนาข้ามวัฒนธรรม ทั้งนี้ การได้ทราบหรือการได้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศใด เราสามารถนำเสนอสินค้าที่ตรงความต้องการของประเทศนั้น ๆ

ด้วยสาเหตุนี้เองที่จะทำให้สินค้าชุมชนที่มีความรู้ความสามารถในการผลิตสินค้า แต่ไม่มีความรู้ด้านการตลาดระหว่างประเทศ จึงเป็นหน้าที่ของรัฐ สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นเป็นผู้ให้คำปรึกษาและทำการวิจัยพัฒนาต่อไป เป็นโอกาสดีสำหรับการตลาดระหว่างประเทศของสินค้าชุมชน เพราะกระทรวงการคลังได้ออกนโยบาย 4 นโยบาย เพื่อลดต้นทุนด้านการขนส่ง และธุรกรรมทางการเงินสำหรับการตลาดระหว่างประเทศได้แก่

1. ระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์

ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ที่เพิ่มความสะดวกในการรับเงินและโอนเงินด้วยค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าบริการโอนเงินข้ามธนาคารแบบเดิม โดยการโอนเงินหรือชำระเงินในปัจจุบันจะต้องใช้หมายเลขบัญชีธนาคาร ซึ่งมีตัวเลขหลายหลัก ทำให้ยากต่อการจดจำและการสื่อสาร แต่การชำระเงินหรือโอนเงินผ่านบริการพร้อมเพย์ จะสามารถทำได้โดยใช้หมายเลขอื่นที่ผู้รับโอนได้ลงทะเบียนไว้กับสถาบันการเงิน โดยในระยะแรกจะเริ่มต้นจากหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเลขประจำตัวประชาชน ซึ่งจะทำให้การโอนเงินระหว่างประชาชนด้วยกันหรือระหว่างประชาชนกับภาคธุรกิจสะดวกมากขึ้น ในขณะที่ ทำให้การจ่ายเงินระหว่างภาครัฐและประชาชนมีความถูกต้องตรงตัวผู้รับมากขึ้น ทั้งนี้ ประชาชนสามารถลงทะเบียนบริการพร้อมเพย์ได้ตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม 2559 เป็นต้นไป ไม่มีกำหนดปิดรับลงทะเบียน และจะสามารถให้บริการโอนเงินระหว่างบุคคลได้ในไตรมาส 1 ปี 2560

2. การขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์

เป็นการวางโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้ประชาชนสามารถใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเดบิต ได้กว้างขวางขึ้น โดยมีต้นทุนการชำระเงินด้วยบัตรลดลง ทั้งในส่วนของ การลดภาระของร้านค้าที่รับบัตร และเพิ่มการกระจาย อุปกรณ์รับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้แพร่หลายมากขึ้น ทั้งร้านค้าและหน่วยงานราชการทั่วประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและภาคธุรกิจ โดยการขยาย การใช้บัตรใน

ลักษณะเช่นนี้ จะเป็นการเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินที่สะดวกปลอดภัยมากขึ้นให้กับประชาชน ทั้งนี้โครงการนี้คาดว่าจะเริ่มกระจายอุปกรณ์รับชำระเงินตั้งแต่ต้นปี 2560 เป็นต้นไป

3. ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

เป็นการพัฒนาการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice) และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-Receipt) เพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนในการจัดทำ รวมทั้งการนำส่งรายงานการทำธุรกรรมทางการเงินและการนำส่งภาษีเมื่อมีการชำระเงิน ผ่านระบบ e-Payment ซึ่งจะเป็นการช่วยลดต้นทุน ระยะเวลา และขั้นตอนของภาคเอกชน ในการจัดทำเอกสารและการชำระภาษี สำหรับโครงการนี้คาดว่าจะเริ่มให้สามารถจัดส่งใบกำกับภาษีผ่านระบบ Centrally Signed E-mail ได้ในเดือนมกราคม 2560 ระบบ e-Tax Invoice และ ระบบ e-Receipt จะพร้อมใช้ในเดือนมกราคม 2560 และจะสามารถคืนเงินภาษีบุคคลธรรมดาด้วยพร้อมเพย์ในเดือนมกราคม 2560

4. โครงการ e-Payment ภาครัฐ

เป็นการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม และพัฒนาระบบการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมให้มีฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับสวัสดิการของภาครัฐ ควบคู่กับการจ่ายเงินให้แก่ประชาชนโดยตรงผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะช่วยให้สามารถจ่ายเงินช่วยเหลือและเงินสวัสดิการให้แก่ประชาชนได้ ตรงกลุ่มเป้าหมาย ลดความผิดพลาด ความซ้ำซ้อน และโอกาสการทุจริตจากการจ่ายด้วยเงินสดหรือเช็ค สำหรับโครงการนี้คาดว่าจะสามารถเริ่มโอนเงินสวัสดิการประชาชนผ่านเลขที่บัญชีธนาคารได้ในเดือนกันยายน 2559 จ่ายเงินสวัสดิการผ่านเลขบัตรประชาชนด้วยพร้อมเพย์ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2559 และให้หน่วยงานภาครัฐรับจ่ายเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ทั้งหมดภายในเดือนกันยายน 2560

และในปีงบประมาณ 2560 จะแตกต่างไป จากเดิม โดยรัฐบาลได้กำหนดการใช้จ่ายเงินงบประมาณออกมาทั้งหมด 6 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

1. ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง เช่น ความมั่นคงทางด้านต่างประเทศ เรื่องปรองดองของคนภายในประเทศและการแก้ไขปัญหา 4 จังหวัดชายแดนใต้
2. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
3. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน

4. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาส ความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม เช่น การแก้ไข ปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคม เป็นต้น
5. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบน คุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะครอบคลุมไป ถึงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำและการดูแลเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ
6. ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ เรื่องการป้องกันและการปราบปรามคอร์รัปชันและการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการภาครัฐ เป็นต้น “ที่ผ่านมา การจัดงบประมาณแต่ละปีมีความซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงานมาก เช่น เรื่องของเอสเอ็มอี ซึ่งมีทั้ง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการคลัง แต่ต่างคนก็ต่างทำ งบประมาณก็ถูกใช้เกิด ความซ้ำซ้อนจนไม่รู้ว่างบประมาณที่ถูกใช้ไปในเรื่องของเอสเอ็มอีมีจำนวน เท่าไหร่ ดังนั้น การบูรณา การงบประมาณในครั้งนี้ จึงถือเป็นการปฏิรูประบบงบประมาณครั้งใหญ่ของประเทศ”

ความเสี่ยงของตลาดระหว่างประเทศ

การตลาดระหว่างประเทศทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ พยายามลด อุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศผลที่ตามมาคือการตลาดต่างประเทศสามารถเข้าไปดำเนินธุรกิจ และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของตลาดต่างประเทศ(จิรพร สุเมธีประสิทธิ์ : 2559)ในการ ดำเนินการตลาดระหว่างประเทศ กิจกรรมระหว่างประเทศต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยงหลายประการ ตั้งแต่ความเสี่ยงของลูกค้า ความเสี่ยงทางการเงิน ไปจนถึงความเสี่ยงระดับประเทศ ซึ่งความเสี่ยง ระดับประเทศ (Country Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยเฉพาะเจาะจงในแต่ละประเทศที่ส่งผล กระทบทางลบต่อความสามารถในการปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อผูกพันทางการเงิน

โดยทั่วไปการประเมินความเสี่ยงรายประเทศ (Country Risk) นี้จะนิยมประเมินค่าความเสี่ยง ของปัจจัยต่าง ๆ ออกมาเป็นระดับความเสี่ยง (Rating) เรียกว่า Country Risk Rating ซึ่งปัจจัยความ เสี่ยงที่ใช้ในการกำหนดระดับความเสี่ยงรายประเทศ อาจจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ

- 1 ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ (Economic Risk)
- 2 ความเสี่ยงทางการเมือง (Political Risk)
- 3 ความเสี่ยงของระบบการเงิน (Financial System Risk)

ซึ่งรายละเอียดของการประเมินอาจจะแตกต่างกันออกไปแล้วแต่วัตถุประสงค์ของการประเมิน เช่น การประเมินความเสี่ยงในการผิมนัดชำระหนี้ ความเสี่ยงด้านเครดิตเพื่อการก่อหนี้ ความเสี่ยงต่อการที่บริษัทประกันภัยจะใช้ในการประเมินการกำหนดค่าธรรมเนียมประกันภัย

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

ในแบบจำลองของการประเมินความเสี่ยงรายประเทศ อาจจะแบ่งช่วงความเสี่ยงออกเป็นช่วงย่อย ๆ ตามความเหมาะสม เช่น ในแบบจำลองที่แบ่งกลุ่มประเทศออกเป็น 5 กลุ่มความเสี่ยง CRT-1 เป็นตัวแทนของประเทศที่มีสภาพแวดล้อมโดยรวมที่มีเสถียรภาพและมีโอกาสสูญเสียจากความเสียหายของประเทศต่ำที่สุด

CRT-5 เป็นตัวแทนของประเทศที่มีสภาพแวดล้อมไร้เสถียรภาพมากที่สุด และมีโอกาสที่จะเกิดความสูญเสียจากความเสียหายของประเทศสูงที่สุด

ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่ใช้ให้คะแนนในแบบจำลองประเมินความเสี่ยงรายประเทศ จะมีการทบทวนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญขึ้นในประเทศนั้น ๆ ก็จะมีการติดตาม ตรวจสอบผลกระทบต่อกิจกรรมระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อพิจารณาว่าจะมีการปรับลดหรือปรับเพิ่มระดับความเสี่ยงหรือไม่

องค์ประกอบของความเสี่ยงรายประเทศ (Country Risk)

จากองค์ประกอบหลักของการประเมินความเสี่ยงรายประเทศ อาจจะอธิบายถึงรายละเอียดได้ดังนี้

1 ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ (Economic Risk)

เป็นความเป็นไปได้ที่เศรษฐกิจของประเทศ จะเกิดความอ่อนแอจากระดับพื้นฐาน ซึ่งเป็นเหตุให้ผลการดำเนินงาน เสถียรภาพของรายได้ ปริมาณธุรกิจได้รับผลกระทบกระเทือนในทางลบ โดยทั่วไปแล้วประเด็นทางเศรษฐกิจควรจะประกอบด้วย

- การเติบโตทางเศรษฐกิจ
- สถานะการเงินและการคลังของภาครัฐ

- อุดมการณ์การติดต่อระหว่างประเทศ ด้านการค้าระหว่างประเทศและดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ
- แนวโน้มของการเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

2 ความเสี่ยงทางการเมือง (Political Risk)

เป็นความเป็นไปได้ที่รัฐบาลจะมีการบริหารประเทศอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ดูได้จาก

- การเปลี่ยนแปลงตัวผู้บริหารในรัฐบาลบ่อย ความไร้เสถียรภาพของรัฐ
- แรงกดดันและความแตกแยกในสังคม ความไม่สงบในสังคม
- ระบบการบังคับใช้กฎหมายไม่เพียงพอ
- มีปัญหาความไม่สงบในบางพื้นที่
- มีปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศ
- โครงสร้างพื้นฐานด้านความมั่นคงของประเทศ
- นโยบายของรัฐไม่เหมาะสม

3 ความเสี่ยงของระบบการเงิน

เป็นความเสี่ยงที่จะนำไปสู่ความผันผวนทางการเงิน ที่อาจจะแยกเป็นส่วนที่มีผลกระทบทางตรงต่อการประกอบการ และส่วนที่มีผลกระทบทางอ้อมต่อกิจการ เช่น

- ระบบการธนาคารและสถาบันการเงินมีความอ่อนแอ
- ตลาดสินทรัพย์ตกต่ำชบเซา
- โครงสร้างการกำกับดูแลระบบการเงินอ่อนแอ
- มาตรฐานการบัญชีมีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่ครบถ้วนถูกต้อง
- ฐานะการเงินการคลังของภาครัฐ
- ความไหวตัวของภาคสถาบันการเงินต่อความเปลี่ยนแปลงผันผวนของระบบการเงินหรือ

ปัจจัยภายนอก

- การบังคับใช้เกณฑ์ตามมาตรฐาน Basel II มาตรฐานความมั่นคงตามเกณฑ์ของธนาคารโลก

เกณฑ์การคำนวณความเสี่ยงรายประเทศ

การประเมินความเสี่ยงรายประเทศใช้การพัฒนาแบบจำลองเพื่อให้คะแนน (Score) เป็นหลัก จึงต้องหาวิธีการให้คะแนนความเสี่ยงของแต่ละประเทศ

ค่าคะแนนความเสี่ยง อาจจะมาจากการกำหนดน้ำหนักของประเด็นความเสี่ยงแต่ละประเภทว่า ในน้ำหนักเท่ากับ 1 จะแบ่งให้กับความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจเท่าใด ความเสี่ยงด้านการเมืองเท่าใดและความเสี่ยงของระบบการเงินเท่าใด

Score = น้ำหนักความเสี่ยง X ขนาดความเสี่ยง น้ำหนักความเสี่ยง X ขนาดความเสี่ยง
ความเสี่ยง น้ำหนักความ X ขนาดความเสี่ยง

	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านการเมือง	ด้านการเมือง	เสี่ยง
ด้าน	ด้านระบบการเงิน				
					ระบบการเงิน

หากผลการให้คะแนน (Score) ออกมาจากการคำนวณด้วยสมการข้างต้นแล้ว พบว่า มีค่าคะแนนสูงก็จะสะท้อนว่า สภาพแวดล้อมในประเทศนั้นมีความเสี่ยงสูง เมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่มีค่าคะแนนความเสี่ยงของประเทศที่ต่ำกว่า

เมื่อได้คะแนนเชิงดูปริมาณออกมาแล้ว ก็จะนำเอาค่าความเสี่ยงเชิงคุณภาพมาคำนวณอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ได้ค่าคะแนนรวมของความเสี่ยง

สิ่งที่สำคัญประการหนึ่งในการจัดระดับความเสี่ยงรายประเทศ คือการกำหนดนิยามของชั้นความเสี่ยงแต่ละชั้น อย่างเช่น ในกรณีของการจัดระดับความเสี่ยงเป็น 5 ชั้น อาจจะให้นิยามที่ชัดเจน เช่น

ชั้นที่ 1 ความเสี่ยงต่ำสุด

สภาพแวดล้อมทางการเมืองสามารถพยากรณ์ล่วงหน้าได้และมีความโปร่งใส

ระบบกฎหมายและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานมีประสิทธิภาพ

ระบบการเงินทันสมัย กฎหมายกำกับมีความครอบคลุมมีผลบังคับใช้ได้

ขั้นที่ 2 ความเสี่ยงค่อนข้างต่ำ

สภาพแวดล้อมทางการเมืองสามารถพยากรณ์ล่วงหน้าได้และมีความโปร่งใส

ระบบกฎหมายและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานมีประสิทธิภาพ

ระบบการเงินดี กฎหมายกำกับเพียงพอ

ขั้นที่ 3 ความเสี่ยงปานกลาง

สภาพแวดล้อมทางการเมืองกำลังพัฒนาขึ้น

ระบบกฎหมายและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานกำลังปรับปรุง

ตลาดทุนกำลังพัฒนา

ขั้นที่ 4 ความเสี่ยงค่อนข้างสูง

สภาพแวดล้อมทางการเมืองคาดเดาล่วงหน้าได้ยาก และขาดความโปร่งใส

สภาพแวดล้อมทางกฎหมายและเศรษฐกิจไม่ชัดเจน

ตลาดทุนอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับการพัฒนา

ยังมีกฎหมายไม่เพียงพอ

ขั้นที่ 5 ความเสี่ยงสูง

สภาพแวดล้อมทางการเมืองไม่มีเสถียรภาพ คาดหมายล่วงหน้าไม่ได้

สภาพแวดล้อมทางกฎหมายและธุรกิจไม่เอื้ออำนวย

การพัฒนาบุคลากรอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

ไร้เสถียรภาพทางสังคม

การพัฒนาบุคลากรต่ำ

การประยุกต์ใช้ Country Risk ในทางธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม Country Risk Rating ไม่ได้นำเอาใช้ในทางธุรกิจโดยตรง ในการดำเนินกิจการระหว่างประเทศ อาจจะต้องพิจารณาจัดอันดับความเสี่ยงของกิจการที่เป็นคู่ค้าด้วย โดยปัจจัยในการจัดลำดับความเสี่ยงอาจจะมีด้วยกัน 6 ประเด็นหลัก ได้แก่

ปัจจัยที่ 1 Country Risk ความเสี่ยงรายประเทศ

ปัจจัยที่ 2 Capital Adequacy ความเพียงพอของเงินกองทุน

ปัจจัยที่ 3 Industry Trends & Analysis แนวโน้มทางอุตสาหกรรมและการวิเคราะห์อุตสาหกรรม

ปัจจัยที่ 4 Enterprise Risk Management การบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร

ปัจจัยที่ 5 Management Team ทีมบริหารกิจการ

ปัจจัยที่ 6 Peer Analysis / Industry Composite การวิเคราะห์กิจการใกล้เคียงกัน

ในทำนองเดียวกันแต่ละปัจจัยข้างต้นควรจะมีการกำหนดน้ำหนักให้เหมาะสมกับธุรกิจ

ความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศและการลดความเสี่ยงของการตลาดระหว่างประเทศ

ในภาวะการแข่งขันปัจจุบันธุรกิจจะต้องแข่งขันในหลายระดับ ทั้งแข่งขันกับคู่แข่งภายในประเทศ และแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศ ทั้งคู่แข่งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ซึ่งภาวะการแข่งขันดังนี้เอง ธุรกิจที่มีความสามารถและมีโอกาสในการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศควรจะเริ่มพิจารณาช่องทางและโอกาสในการส่งสินค้า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลให้ขยายกิจการสู่ต่างประเทศมี 5 ประการดังนี้⁶

1. บริษัทคู่แข่งซึ่งเป็นธุรกิจข้ามชาตินำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่า หรือมีราคาที่ถูกกว่าเข้าสู่ตลาดท้องถิ่น และธุรกิจสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดจากตลาดภายในประเทศ ทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องหาตลาดในประเทศอื่น ๆ ทดแทนยอดขายที่สูญเสียไปจากการแข่งขันภายในประเทศ
2. ธุรกิจค้นพบว่าตลาดในบางประเทศสามารถทำกำไรให้กับธุรกิจได้มากกว่า ด้วยการกำหนดราคาขายที่สูงกว่าตลาดภายในประเทศ ดังจะเห็นได้ชัดจากธุรกิจในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และเครื่องประดับ
3. ธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตมีความจำเป็นที่จะต้องขยายฐานลูกค้าเพื่อให้ปริมาณการผลิตเข้าสู่จุดคุ้มค่าของการผลิต (Economy of Scale) ซึ่งขนาดตลาดภายในประเทศไม่เพียงพอ

⁶ ธีรศักดิ์ วงศ์ปิยะ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า : 2559

4. ธุรกิจต้องการลดภาวะพึ่งพิงจากตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการเมืองต่ำไปสู่ประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองสูงกว่า เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของธุรกิจ

5. บ่อยครั้งที่กิจการจะต้องขยายธุรกิจไปสู่ต่างประเทศ เนื่องจากลูกค้าหลักของธุรกิจขยายกิจการไปสู่ต่างประเทศและต้องการการบริการในประเทศนั้น ๆ ด้วย

โดยปรกติแล้ว การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศธุรกิจสามารถทำได้ 8 วิธี คือ

1. การส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting) คือการขยายตลาดผ่านคนกลาง หรือตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศ ที่ซื้อสินค้าเพื่อการส่งออก วิธีการดังนี้ จะช่วยลดเงินลงทุนทั้งทางด้านบุคลากร และทรัพยากรอื่น ๆ รวมทั้งลดความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดที่ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในลักษณะตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค สภาพทางเศรษฐกิจ กฎหมาย และการเมือง ตลอดจนสถานการณ์แข่งขันและอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม วิธีการขยายตลาดสู่ต่างประเทศวิธีการนี้มีข้อด้อยตรงที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมเหนือนโยบายการทำธุรกิจของตัวแทนจำหน่าย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการในอนาคต เช่น การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) นโยบายราคา เป็นต้น

2. การส่งออกทางตรง (Direct Exporting) วิธีการนี้ธุรกิจจะมีแผนกขายระหว่างประเทศ (Exporting Department) ซึ่งแผนกดังกล่าวจะทำหน้าที่รับผิดชอบในการหาลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ วิธีการดังกล่าว ทำให้ธุรกิจจะต้องแบกรับความเสี่ยงเพิ่มมากยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน ธุรกิจก็มีอำนาจในการควบคุมนโยบายการทำตลาดในต่างประเทศมากยิ่งขึ้นเช่นกัน โดยมากกิจการจะใช้วิธีการขยายตลาดด้วยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายเป็นหลัก

3. การให้ใบอนุญาต (Licensing) การขยายธุรกิจลักษณะนี้ เจ้าของธุรกิจจะทำหน้าที่ออกใบอนุญาตให้โรงงานอื่นในต่างประเทศ ผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้า สิทธิบัตร หรือกระบวนการผลิตที่เป็นลักษณะเฉพาะของเจ้าของธุรกิจผู้ให้ใบอนุญาต โดยได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของสัญญาสัมปทาน ทั้งแบบที่เป็นเงินก้อน หรือผูกพันกับยอดผลิต/จัดจำหน่ายสินค้า การขยายตลาดในลักษณะนี้มีข้อดีในการ

จำกัดความเสี่ยงของธุรกิจได้ เช่นเดียวกับการส่งออกแบบทางอ้อม แต่ก็ไม่สามารถควบคุมนโยบายทางธุรกิจของผู้รับสัมปทานได้เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่สินค้าประสบความสำเร็จธุรกิจมีโอกาสที่จะขยายลูกค้าเพิ่มเติม หรือเข้ามาลงทุนด้วยตัวเองเมื่อหมดระยะเวลาสัมปทาน

4. เฟรนไชส์ (Franchising) เป็นรูปแบบการให้สัมปทานเช่นเดียวกับการให้ใบอนุญาต (Licensing) แต่จะมีข้อกำหนดนโยบายและรูปแบบการดำเนินธุรกิจระบุควบคู่ไปในข้อสัญญาด้วย ดังนั้นธุรกิจจะมีอำนาจในการกำหนดบังคับนโยบายทางการตลาดในขณะที่ผู้รับใบอนุญาตแทบจะไม่มีอำนาจในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขใด ๆ เลย นอกจากนี้ เฟรนไชส์ยังมีข้อดีเช่นเดียวกับการขยายตลาดแบบการให้ใบอนุญาต (Licensing) อีกด้วย

5. การจ้างผลิต (Contract Manufacturing) รูปแบบของการขยายธุรกิจในลักษณะนี้มีข้อดีอยู่ตรงที่เป็นการลดต้นทุนการนำเข้าของสินค้า ซึ่งรวมถึงลดความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยน และลดข้อกีดกันทางการค้าในด้านการนำเข้าได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ผู้รับใบอนุญาตแทบจะไม่มีอำนาจในการจ้างผลิตมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการควบคุมคุณภาพการผลิตและกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามข้อตกลงที่ระบุไว้ในสัญญาเป็นอย่างดี รวมถึงมีความเสี่ยงต่อการลักลอบนำสินค้าที่ผลิตเกินจำนวนหรือสินค้าที่ไม่ผ่านมาตรฐานมาจำหน่าย

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

7. การซื้อกิจการ (Acquisition) เป็นรูปแบบของการขยายตลาดชนิดควบคุมนโยบายทางธุรกิจได้ในรูปแบบที่รวดเร็วที่สุด ข้อดีของการขยายตลาดแบบนี้ คือ ธุรกิจจะเข้าควบคุมกิจการที่ถูกซื้อและทรัพยากรทั้งหมด ทั้งในด้านโรงงาน โครงสร้างการจัดจำหน่าย ตราสินค้า และบุคคลากร อีกทั้งการเข้าตลาดด้วยวิธีนี้เป็นการลดจำนวนคู่แข่งไปด้วยในตัว ข้อเสียของการขยายตลาดด้วยวิธีนี้ คือ วิธีการนี้เป็น

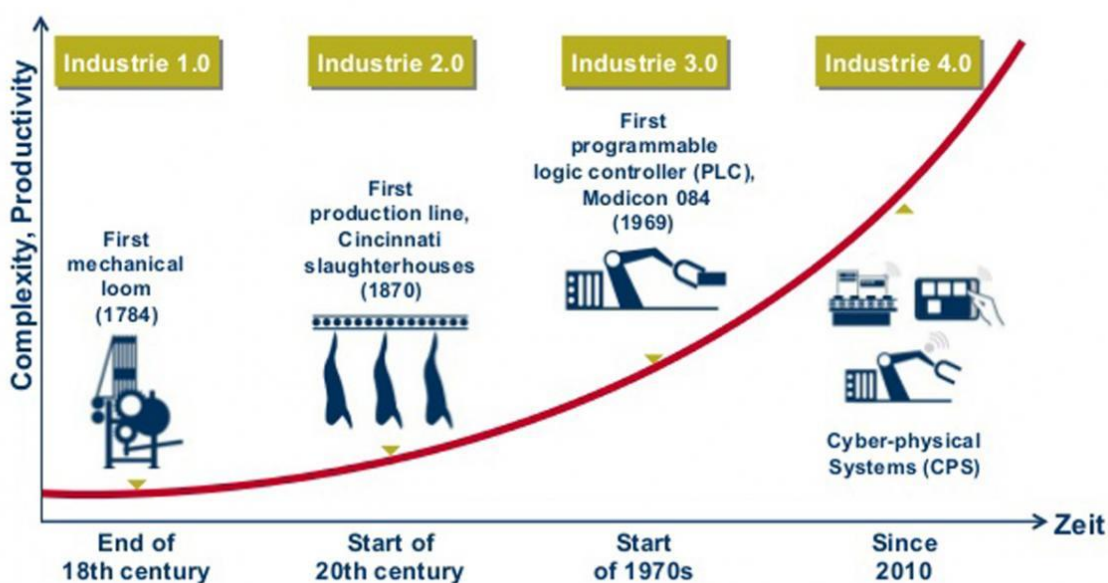
วิธีการที่มีค่าใช้จ่ายสูงควบคู่กับความเสี่ยง โดยเฉพาะความเสี่ยงในเรื่องของการเข้ากันได้ของวัฒนธรรมองค์กรจากบุคคลากร 2 ประเทศ

8. การลงทุนโดยตรง (Direct Investment) เป็นรูปแบบการขยายธุรกิจที่ธุรกิจจะมีอำนาจควบคุมนโยบายทางธุรกิจสูงสุด แต่ในขณะเดียวกัน การลงทุนโดยตรงก็ต้องใช้เงินลงทุนสูงสุด และแบกรับความเสี่ยงในทุก ๆ เรื่อง ธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในประเทศที่จะเข้าไปลงทุน เป็นอย่างดี ทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศิลปวัฒนธรรม พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพการแข่งขันของธุรกิจ จึงจะสามารถประสบความสำเร็จในกิจการได้

ก้าวสู่การตลาดระหว่างประเทศยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม 4.0

รูปภาพประกอบที่ 4 แสดงการพัฒนาอุตสาหกรรมยุค 4.0

Industrie 4.0: The next Industrial Revolution



ที่มา : <http://www.applicadthai.com/articles> เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2560

สำหรับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ที่กำลังจะมาถึง คือการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า จุดเด่นที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือสามารถเชื่อมความต้องการของผู้บริโภคแต่ละรายเข้ากับกระบวนการผลิตสินค้าได้โดยตรง พุดง่าย ๆ ก็คือ โรงงานยุค 3.0 สามารถผลิตของแบบเดียวกันจำนวนมากในเวลาพริบตาเดียว แต่โรงงานยุค 4.0 จะสามารถผลิตของหลากหลายรูปแบบแตกต่างกัน (ตามความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคแต่ละราย) เป็นจำนวนมากในเวลาพริบตาเดียว โดยใช้

กระบวนการผลิตที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรแบบ “Smart Factory” แนวคิด Industry 4.0 นี้ จะเป็นการบูรณาการโลกของการผลิต เข้ากับการเชื่อมต่อทางเครือข่ายในรูปแบบ “The Internet of Things (IoT)” คือการทำให้กระบวนการผลิตสินค้าเชื่อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล หรือแม้กระทั่งทำให้ตัวสินค้าเองเชื่อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล ยกตัวอย่างเช่น การมีระบบป้องกันข้อมูลให้เครื่องจักรสามารถผลิตสิ่งของตามแต่การสั่ง (ออนไลน์) จากผู้บริโภคโดยตรง, การใส่ตัวส่งข้อมูลในเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อประมวลสถิติการใช้และแจ้ง (โดยอัตโนมัติ) กลับไปยังโรงงานเมื่อเกิดปัญหาทางเทคนิค, การใช้คอมพิวเตอร์จิ๋วกินได้ (ขนาดเท่ายาเม็ด) ให้ผู้บริโภคเคลื่อนเข้าไปเพื่อเก็บข้อมูลสุขภาพในร่างกาย ฯลฯ จะเห็นได้ว่า Industry 4.0 ยังเป็นแนวคิดที่ใหม่มาก หลายอย่างอยู่ในช่วงทดลองและพัฒนา แต่ก็ยังเป็นแนวคิดที่มีศักยภาพที่จะเปลี่ยนแปลงทุกวงการ ตั้งแต่แนวทางการบริโภคสินค้าของผู้คนทั่วไป ตลอดจนแนวทางการรักษาทางการแพทย์สำหรับประเทศไทยซึ่งต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมการผลิตในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรม 4.0 การประกาศนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) เมื่อเร็วๆ นี้ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในทุกๆ ด้านเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล เน้นส่งเสริมการขยายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ส่งเสริม E-Commerce, E-Documents และ E-Learning สิ่งเหล่านี้นอกจากจะเป็นการวางพื้นฐานที่สำคัญเพื่อให้ไทยก้าวเป็นผู้นำเศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาคอาเซียนแล้ว 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) ที่ผสมเอาโลกแห่งความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือนโดยผ่านอุปกรณ์ต่างๆ เช่น วีจี 3 มิติ เครื่องเล่นเกม
9. ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) คือชุมชนของชุดข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และซับซ้อน 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 เพราะเรามีนักพัฒนาซอฟต์แวร์และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ไม่น้อย ดังนั้นหากเรามีความเข้าใจและเตรียมความพร้อมไว้แต่เนิ่นๆ เชื่อว่าประเทศไทยจะสามารถรับมือกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 และรักษาสถานะการเป็นประเทศผู้ผลิตที่สำคัญของภูมิภาคและของโลกไว้ได้⁷

บทสรุป

มูลนิธิบิลและเมลินดา เกตต์ พบว่า การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยเพิ่มผลิตผลทางเศรษฐกิจไม่น้อยไปกว่าการที่ประชาชนเข้าถึงไฟฟ้าในช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สองจังหวัดอย่างกรุงเทพฯ ที่มีอินเทอร์เน็ตที่มีเสถียรภาพจึงพร้อมก้าวเข้าสู่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 ได้ดีกว่า ดังที่เราเห็น e-Commerce โตขึ้นอย่างรวดเร็ว มีคนรุ่นใหม่พัฒนา Tech Startups เป็นมากมายการที่เราศึกษาตลาดในต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จและสามารถขยายกิจการการตลาดระหว่างประเทศทำให้เกิดการค้าที่ระหว่างประเทศทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการขยายตัวของการจ้างงาน ทำให้มีการกระจายรายได้ของคน การศึกษาธุรกิจของต่างประเทศทำให้เปิดโลกให้กว้างขึ้น สามารถมองเห็นถึงกลยุทธ์ต่างๆ และสามารถรับมือได้ดี การตลาดระหว่างประเทศต้องดีจริงๆ ถึงจะประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงต้องพยายามปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้นไป ทำให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้า

และบริการที่มีคุณภาพไปด้วย การค้าระหว่างประเทศทำให้มีการกระจายความเสี่ยง เมื่อเศรษฐกิจในประเทศกำลังตกต่ำ ยังมีการค้าขายได้ในต่างประเทศ ทำให้กิจการดำรงอยู่ได้โดยไม่รับผลกระทบมากเกินไป การค้าระหว่างประเทศทำให้ประเทศมีการหมุนเวียนทางการค้า เพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม คือ ระบบองค์ประกอบของพฤติกรรมการเรียนรู้ที่คนในสังคมจะแตกต่างกัน 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 สุนทรียภาพ เรื่องความงามและศิลปะ ผู้คนแต่ละประเทศมีมุมมองที่แตกต่างกัน การศึกษา บางประเทศยังล่าหลัง ทำให้ขาดการศึกษาที่ดี เราจึงควรทำการค้าที่เข้าใจง่ายๆ สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย หลายๆประเทศมีกฎหมายที่รัดกุมเรื่องการค้าขาย เราจึงควรศึกษาให้ละเอียดและรอบคอบ เพื่อที่จะได้ไม่มีปัญหาระหว่างทำการค้า และระบบการเมืองที่ไม่เหมือน มีทั้ง ประชาธิปไตยทั้งแบบรัฐสภาและแบบประธานาธิบดี แบบคอมมิวนิสต์ เป็นต้น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศ การวัดมูลค่าผลผลิตในประเทศรายได้ต่อหัวประชากร ศึกษารายได้ของประชากร เพื่อที่จำแสดงให้เห็นกำลังซื้อของคนในประเทศอัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ การเติบโตดูการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เงินเฟ้อ ภาวะระดับสินค้าสูงขึ้นเรื่อยๆทำให้มูลค่าของเงินมีแนวโน้มลดลง ประชากร ประชากรบ่งบอกขนาดของตลาด ไม่ว่าจะเริ่มทำการตลาดในประเทศไทยเราตามจังหวัดต่างๆ เหนือ ใต้ ออก ตก หรือ การตลาดตลาดระหว่างประเทศ ก็มีความสำคัญพอๆกัน เพราะควรที่จะทำความเข้าใจ ศึกษา และ เข้าใจ การใช้ชีวิตของเมืองนั้นให้เข้าใจเสียก่อน ทั้ง เศรษฐกิจ การเมืองหรือกฎหมาย และ วัฒนธรรม เพื่อจะได้ผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กิตตินันต์ พิศสุวรรณ.(2558)*การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจชุมชน*.เอกสารประกอบการเรียนการสอน
ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์. ,มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : สำนักพิมพ์ เอ พี ปริ้นติ้ง. หน้า 168
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.(2559).*รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ปี 2559*.
_____. *เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1*.(2536) พิมพ์ครั้งที่ 10, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 36.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์.(2539). “หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น”มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์.(2532) *หลักเศรษฐศาสตร์ 1: จุลเศรษฐศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ ๕:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 245.
- ปัจจุ้ย บุนนาค และสมคิด แก้วสนธิ.(2534) *จุลเศรษฐศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 11, กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 34.
- พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า.(2542) พ.ศ. กระทรวงพาณิชย์,2542
- มัญญ พาหิรี. *ทฤษฎีราคา*. (2558) พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 118.
- รัตนา สายคณิต รศ.*จุลเศรษฐศาสตร์วิเคราะห์*.(2550).,คณะเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
50.
- วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์.(2552)*เอกสารประกอบการบรรยายการวิเคราะห์กฎหมายเชิงเศรษฐศาสตร์*
,คณะ นิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,52.
- ศักดิ์ดา ธนิตกุล รศ.ดร.(2551) *คำอธิบายและกรณีศึกษาพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.*
2542,คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,สำนักพิมพ์กรุงเทพวิญญูชน,51.

ภาษาอังกฤษ

Freenan,S&Cavusgul, S.T.(2007) *Toward a typology of commitment along manager of born-*

Globe firms : A Study of Accelerated internationalization of International Marketing.15(4),1-40.

Hana Polaakova B.(2012). *Leading with ideas : skills for growth equity in Thailand*. Washington, DC: World Bank. Retrieved.

Hank; L., & Fukunari, K.(2010).The internationalization of small mediuon enterprises in regional And global value chains, ADBI working paper series,231.

Ferguson, C.E. and Gould J.P. **Microeconomics Theory**. 4 th. ed., Homewood, Ill: R.D.

Henderson, James M. and Richard E. Quandt.(1975). **Microeconomic Theory: A Mathemmatical Approach**. 3 rd. ed., Singapore: McGraw-Hill International Edition, 180.

Lipsey, Richard G., Steiner, Peter O. and and Purvis,(1987) Douglas D. **Economics**. 8 th. ed., New York: Harper & Row Publisher 150..

อินเทอร์เน็ต

www.aiu.edu	เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 60
www.chula.ac.th	เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 60
www.ku.ac.th	เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 60
www.tu.ac.th	เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 60
www.nida.ac.th	เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 60
www.swu.ac.th	เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 60
www.utcc.ac.th	เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 60
www.bu.ac.th	เข้าศึกษาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 60