

THINK TRADE

ปีที่ 10 ฉบับที่ 83 เดือนตุลาคม - เดือนธันวาคม 2563

THINK DITP **ชี้ช่องการค้า**

GET READY AFTER Covid-19

พร้อมเดินทางฝ่าวิกฤตการแพร่ระบาด
ไวรัสโคโรนา (Covid-19)



MARKETING&TREND

ธุรกิจมาแรงควบกระแส
New Normal

HAPPENING

Telehealth
ธุรกิจการแพทย์ทางเลือกแบบใหม่

TRADE INSIGHT

All Trend Insight Report

TRADE HIGHLIGHT

5 วิธีในการพัฒนาการค้าดิจิทัล
ในโลกหลัง Covid-19



**thaifex
anuga**
ASIA

TWO POWER BRANDS, ONE GREAT EXPERIENCE

11 trade shows under 1 roof



22 – 26 SEPTEMBER 2020
IMPACT MUANG THONG THANI
BANGKOK, THAILAND

JOINTLY ORGANISED BY

www.thaifex-anuga.com

DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, THAILAND



 **koelnmesse**

EXECUTIVE EDITOR

บทบรรณาธิการ



ตัวรับ/ปรับตัว/หาโอกาส

ผลกระทบที่เกิดจากโรค "โควิด-19" ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อชีวิต และสุขภาพของมนุษย์แต่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคมทั่วโลก กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ต้องปิดตัวและหยุดชะงักจากโรค "โควิด-19" และผลกระทบทางเศรษฐกิจจะยังคงตามมาอีกกระลอกใหญ่ทั้งในระดับประเทศ และในระดับโลก ไม่ใช่เพียงแต่ในเชิงตัวเลขที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) จะปรับลดลงมากก็ขึ้นติดลบเท่านั้น แต่ในหลายประเทศต้องมากำหนดโครงสร้างเศรษฐกิจกันใหม่ ประเทศไทยเองก็จำเป็นต้องทบทวนเรื่องนี้ด้วยเช่นกัน ว่าใน "โลกยุคหลังโควิด" หรือ "Post Covid world" เศรษฐกิจของเราจะเดินหน้าไปทิศทางใด

การเป็นประเทศที่พึ่งพากับระบบเศรษฐกิจแบบเปิดของไทย ที่พึ่งพาการส่งออกถึงกว่า 70% ของจีดีพีและการท่องเที่ยวประมาณ 20% ของจีดีพี โครงสร้างแบบนี้ถูกท้าทายด้วย Post Covid world อย่างแน่นอน เพราะในระยะยาวการส่งออกสินค้าหลายชนิดที่ไทยผนวกตัวเองเข้าเป็นห่วงโซาของห่วงโซาโลก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนอากาศยาน สินค้าเหล่านี้มีแนวโน้มจะส่งออกได้ลดลง ในภาวะที่เศรษฐกิจโลกได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่สุดในขณะนี้

นอกจากนี้ ในระยะสั้นสถานการณ์โควิด -19 ที่มีแนวโน้มคลี่คลายลงและหลายประเทศทั่วโลกได้มีการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์เพื่อช่วยกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้น เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยมีความพร้อมรับมือกับสถานการณ์การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่กลับมาเปิดดำเนินการอีกครั้ง และสามารถกลับมาเติบโตใหม่ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลง THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้ จึงได้รวบรวมความรู้ทิศทางแนวโน้มทางเศรษฐกิจทั่วโลกและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงโอกาสและช่องทางในการบุกตลาดส่งออกให้กับผู้ประกอบการไทยอย่างครอบคลุมในทุกมิติ

ผู้ประกอบการควรติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิดและคำนึงถึงแผนการดำเนินธุรกิจในระยะยาว พินิจของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในตลาดโลก รวมถึง New Normal ใหม่ๆ ของสังคมที่อาจทำให้บางธุรกิจถูกพลิกโฉมไปตลอดกาล

TRADE HIGHLIGHT P.04

TRADE INSIGHT P.06

HAPPENING P.08

DITP INSIDER P.10

DITP SOCIETY P.12

TRADE WATCH P.14

DITP REVIEW P.16

MARKETING&TREND P.18

FRIEND OF DITP P.19

DITP CALENDAR P.20

HEALTHY THOUGHT P.21



**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์**

563 ถนนพหลโยธิน ตำบลบางกระบือ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
www.ditp.go.th
DITP Call Center : 1169

www.thinktradethinkditp.com



บรรณาธิการบริหาร

นายสมเด็จ สุสมบูรณ์

บรรณาธิการที่ปรึกษา

นายวิทยากร มณีเนตร

บรรณาธิการอำนวยการ

นางสาวประจวบพร ตันมณี

บรรณาธิการบทความ

นางศรีธิดา สุตภาภย์

บรรณาธิการฝ่ายศิลป์

นายอาจพงษ์ จันทกัญญา

กองบรรณาธิการ

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

5 วิธีในการพัฒนาการค้าดิจิทัลในโลกหลัง COVID-19

- การแพร่ระบาดครั้งใหญ่ของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ได้เร่งให้มีการนำเทคโนโลยีและบริการทางด้านดิจิทัลมาใช้ ซึ่งทำให้การค้าดำเนินไปอย่างต่อเนื่องแม้ว่าจะมีข้อจำกัดด้านการขนส่งและการเดินทางก็ตาม
- สิ่งนี้ได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับปรุงกฎเกณฑ์ทางการค้าให้ทันสมัยและการพลิกกลับกระแสของ Digital Protectionism โดยการเปิดให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างเสรี
- การปรับปรุงกฎเกณฑ์ทางการค้าดิจิทัลให้ทันสมัย ก้าวหน้าขึ้น สร้างการเชื่อมต่อกับผู้บริโภค และสร้างสรรค์มากขึ้นในโลกยุคหลังโควิด

โลกของเราถูกคุกคามอยู่ก่อนแล้ว ตั้งแต่ก่อนที่จะเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทั่วทั้งโลกประสบปัญหาภัยพิบัติทางเศรษฐกิจที่ซับซ้อน การเติบโตทางการค้า ภาวะความตึงเครียดทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ - จีน และปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เป็นเพียงแค่อีกหนึ่งความเสียหายของระบบและเนื่องจากการขนส่งและการเดินทางถูกจำกัด การค้าดิจิทัลจึงมีบทบาทสำคัญมากขึ้น ตั้งแต่ด้านอีคอมเมิร์ซค้าขายระหว่างประเทศ การชำระเงินดิจิทัล การประชุมทางไกลกับพันธมิตรทางธุรกิจทั่วโลก ไปจนถึงการทำธุรกรรมแบบดิจิทัลในการค้าขายสินค้าและบริการ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้เราตระหนักถึงความสำคัญของบริการดิจิทัลที่มีต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก บริการดิจิทัลไม่เพียงแต่ช่วยให้เราสามารถทำงานจากที่บ้าน ประชุมทางวิดีโอ ซื้อของชำและของใช้ในบ้านหรืออื่น ๆ ทางออนไลน์ วิถีชีวิตนี้ทำให้เราเห็นภาพรวมของอนาคต เช่นการรักษาทางการแพทย์ทางไกลระหว่างประเทศโดยวิดีโอคอล อาจารย์ให้คำแนะนำทางไกลแก่นักเรียนที่เรียนจากบ้าน และวิศวกรส่งไฟล์การออกแบบไปยังเครื่องพิมพ์ 3 มิติเพื่อเปลี่ยนหรือแก้ไขชิ้นส่วน และในขณะที่วิกฤตการณ์แพร่ระบาดฯ ยังคงดำเนินต่อไป ก็ยิ่งเร่งให้เกิดการเปลี่ยนวิถีชีวิตจากเดิมไปสู่บริการดิจิทัลมากยิ่งขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

กระนั้นการขยายตัวของการค้าดิจิทัลต้องเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ ช่องว่างที่เพิ่มขึ้นในการพัฒนาดิจิทัลระหว่างประเทศกำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว อาจนำไปสู่ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้และ "การผูกขาด" ทางดิจิทัลที่เบียดผู้เล่นรายย่อยออกไป ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล อาจทำลายความไว้วางใจที่จำเป็นสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัล

โดยหลายประเทศได้หันมาใช้มาตรการการป้องกันข้อมูลในระบบบริการดิจิทัลซึ่งดูเหมือนว่าจะช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ แต่ในความเป็นจริงกลายเป็นการเพิ่มต้นทุน และยังทำให้ลำบากต่อการเข้าถึงบริการดิจิทัลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การป้องกันทางดิจิทัลมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่ข้อจำกัดในการเคลื่อนย้ายข้อมูลข้ามพรมแดน ไปจนถึงข้อกำหนดการออกใบอนุญาตจากต่างประเทศที่ยากต่อการปฏิบัติตาม หรือแม้แต่การเรียกเก็บภาษีสำหรับ "การส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์" ข้ามพรมแดน

และนี่คือ 5 ข้อที่พวกเราควรก้าวข้ามความท้าทายในการใช้ระบบการค้าดิจิทัลในอนาคต

1. การคาดการณ์ล่วงหน้าในการทำข้อตกลงทางการค้า โดยก้าวสำคัญก้าวแรกได้เกิดขึ้นเมื่อมีการแถลงการณ์ร่วมกันในงาน World Economic Forum Annual Meeting เมื่อปีที่ผ่านมาเกี่ยวกับการริเริ่มอีคอมเมิร์ซโดยมีการพยายามปรับปรุงระเบียบที่ควบคุมการค้าดิจิทัลให้ทันสมัย ซึ่งรัฐบาลญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญความเป็นผู้นำทางด้านการค้าดิจิทัลด้วยการนำเสนอกรอบการทำงาน Digital Free Flow with Trust โดยเป็นนวัตกรรมด้านความปลอดภัยด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูลในระบบดิจิทัล แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลแห่งนวัตกรรมกำลังรวมตัวกันเพื่อปรับปรุงข้อผูกพันทางการค้าให้ทันสมัยและรับมือกับความท้าทายที่เผชิญกับระบบการค้าดิจิทัลทั่วโลก
2. ส่งเสริมการทำงานร่วมกันมากขึ้น การสร้างมาตรฐานการชำระเงินดิจิทัลข้ามพรมแดน การตรวจสอบเอกสาร ใบอนุญาต ต่างๆ และการสร้างกฎระเบียบร่วมกันระหว่างประเทศในระบบการค้า
3. จัดทำเอกสารการค้าแบบดิจิทัล ด้วยข้อจำกัดในการขนส่งและการเดินทางเนื่องการระบาดของ COVID-19 ทำให้ห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงัก การทำให้กระบวนการค้าเป็นรูปแบบดิจิทัลสามารถทำให้การค้าระหว่างประเทศมีความยืดหยุ่นมากขึ้นลดต้นทุนและลดอุปสรรคในการดำเนินการของ SMEs เช่น การทำธุรกรรมโดยการเซ็นลายเซ็นทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

4. ปิดช่องว่างการเข้าถึงระบบดิจิทัล เสริมสร้างการพัฒนาดิจิทัลให้ทั่วถึงสำหรับทุกคน การลงทุนมากขึ้นในโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การเชื่อมต่อและการส่งเสริมด้านศึกษา

5. สร้างเทคโนโลยีที่เชื่อถือได้สำหรับทุกคน เทคโนโลยีดิจิทัลมีศักยภาพในการเข้าถึงผู้คนจำนวนมากขึ้น ลดต้นทุน และลดความไร้ประสิทธิภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ SMEs อย่างไรก็ตามระบบการค้าดิจิทัลจะทำงานได้ก็ต่อเมื่อผู้คนเชื่อมั่น เราต้องสร้างเทคโนโลยีที่เชื่อถือได้สำหรับผู้เข้าร่วมทุกคน รวมถึงการปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

การระบาดใหญ่ของ COVID-19 ได้เร่งการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างมาก โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับปรุงกฎการค้าดิจิทัลให้ทันสมัย ซึ่งจะช่วยให้ฟื้นฟูเศรษฐกิจกลับมาดำเนินได้อย่างไม่สะดุดอีกทั้งยังช่วยให้เราสามารถเข้าถึงและทำธุรกรรมการค้าอย่างไ้พร้อมแดน ซึ่งอาจนับเป็นโอกาสท่ามกลางวิกฤติที่สอนให้เราเรียนรู้และดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและเติบโตเข้มแข็งยิ่งกว่าเดิม



ประเทศแคนาดา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ นครโทรอนโต

จับตาธุรกิจอุตสาหกรรมค้าปลีกกลุ่ม Non-Food
หลังล็อกดาวน์ในแคนาดา

วิกฤตไวรัสโคโรนา หรือ Covid-19 มีผลกระทบครั้งใหญ่กับอุตสาหกรรมค้าปลีกในแคนาดาที่ทำให้เกือบทุกธุรกิจต้องปรับเร่งในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในช่วงหลายสัปดาห์ที่ผ่านมาธุรกิจส่วนใหญ่ได้มีการปลดพนักงานจำนวนมาก วิกฤตการณ์ครั้งนี้ได้บีบให้ธุรกิจที่จะสามารถอยู่รอดได้ต้องมีกลยุทธ์มีความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) และความเร็ว (Speed) ในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งแต่เดิมร้านค้าส่วนใหญ่อาจรับรู้ถึงกระแสธุรกิจค้าขายออนไลน์หรือ E-Commerce ที่บริษัทส่วนใหญ่มีแผนที่จะปรับภายใน 3-5 ปีแต่เนื่องจากวิกฤต Covid-19 ทำให้ต้องรีบปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วภายใน 3-5 สัปดาห์มิฉะนั้นธุรกิจจะไม่สามารถอยู่รอดหรือต่อไปได้ซึ่งเป็นเรื่องท้าทาย โดยเฉพาะผู้ประกอบการระดับกลางและย่อม (SMEs) ที่มีทรัพยากรจำกัดในเรื่องเงินทุน แรงงานคน และทักษะเทคโนโลยีในการปรับตัวซึ่งยามวิกฤตนี้ความยืดหยุ่นในการปรับตัวที่รวดเร็วเป็นเรื่องจำเป็นที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ โดยผู้ประกอบการไทยควรติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อปรับตัวให้อยู่รอดและแสวงหาโอกาสช่องทางการตลาดที่น่าสนใจต่อไป

ประเทศอิหร่าน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ กรุงเตหะราน

ผลกระทบของไวรัสโคโรนา หรือ Covid-19 ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศอิหร่าน การระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ Covid-19 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปทั่วโลกทั้งทางโครงสร้างสังคม เศรษฐกิจ และสภาพจิตใจของผู้บริโภค เป็นผลให้พฤติกรรมการใช้จ่ายตลอดจนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ในอิหร่านผลิตภัณฑ์สินค้าบางรายการถูกลบออกจากตระกร้าสินค้าอุปโภคบริโภคประจำครอบครัว ผู้คนหันไปซื้อสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารและของใช้จำเป็นในครัวเรือน การจ่ายเงินเป็นการจ่ายในรูปแบบของบัตรเครดิตหรือจ่ายผ่านแอปพลิเคชันเพื่อหลีกเลี่ยงการใช้เงินสด ราคาโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก ในตลาดขยับตัวสูงขึ้น เนื่องจากผู้คนหันมาใช้บริการสื่อดิจิทัลและซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเพิ่มมากขึ้น รวมถึงสินค้าที่มีบรรจุก๊าซที่ปิดผนึก ติดฉลาก และมีตรารับรองมาตรฐาน ก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นแทนการซื้อขายแบบชั่งกิโลเหมือนที่ผ่านมา ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องตระหนักและพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ อีกทั้งต้องจัดทำระบบรองรับต่างๆ ทั้งในด้านการค้าออนไลน์และระบบการชำระเงิน เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

สาธารณรัฐประชาชนจีน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ เมืองชิงเต่า

ทุเรียนไทยส่งออกราคาดีในตลาดจีน

ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2020 ไทยส่งออกทุเรียนสดไม่รวมทุเรียนแช่แข็งไปยังประเทศจีน คิดเป็นสัดส่วนมากที่สุดถึงเกือบร้อยละ 70 และเป็นประเทศนำเข้าอันดับ 1 ของการส่งออกทุเรียนสดของไทย โดยมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ในขณะที่การส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าอื่นส่วนใหญ่มีปริมาณลดลง ทั้งนี้เมื่อปริมาณการส่งออกทุเรียนสดไทยไปยังจีนเพิ่มขึ้นก็ยิ่งทำให้มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดไทยไปยังจีนสามารถขยายตัว เพิ่มขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตามแม้ว่าราคาทุเรียนสดไทยในตลาดจีนปีนี้จะมีราคาสูงขึ้น แต่ชาวสวนทุเรียนไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ไม่ควรชะล่าใจและควรเฝ้าติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนสดไทยให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามข้อกำหนดของตลาดจีน รวมทั้งพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าสูงขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการส่งออกในสถานการณ์ที่อาจผันผวนต่อเนื่องในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้ไทยสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดทุเรียนสดในตลาดจีนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

สหรัฐอเมริกา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ นครไมอามี

COVID-19 ส่งผลให้นักดื่มหันกลับมาดื่มเบียร์มากขึ้น

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ Covid-19 ส่งผลกระทบไปทั่วโลกสหรัฐฯ ถือเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับผลกระทบอย่างหนัก จากรายงานการเติบโตของเศรษฐกิจที่ต่ำลงมากในช่วงไตรมาสแรกและการคาดการณ์ว่าจะลดลงอย่างต่อเนื่องในไตรมาสต่อ ๆ ไป สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อสินค้าเบียร์และสินค้าอื่นๆ เป็นอย่างมาก มาตรการล็อกดาวน์ในแต่ละรัฐทำให้ร้านอาหาร บาร์ ไนต์คลับ และสถานบันเทิงจำเป็นต้องงดบริการชั่วคราวเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ทำให้ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตเบียร์ขนาดเล็กหรือผู้ผลิตรายใหญ่เบียร์ข้อมูลจากสมาคมผู้ผลิตเบียร์ในสหรัฐ (Brewers Association) แสดงให้เห็นว่ามีกิจการคราฟต์เบียร์ที่ปิดตัว ลงเป็นจำนวนมากในช่วงเดือนที่ผ่านมานี้ เหตุเพราะผู้บริโภคจำเป็นต้องลดรายจ่ายและเลือกซื้อสินค้าในราคาประหยัดทำให้นักดื่มที่นิยมบริโภคคราฟต์เบียร์ที่จัดว่ามีราคาสูงกว่าเบียร์ในตลาดกระแสหลักนั้นจำเป็นต้องหันกลับมาเลือกซื้อเบียร์ราคาประหยัดแทน ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการที่ชี้ให้เห็นถึงโอกาสการเข้าถึงช่องทางการตลาดที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทย

ประเทศอินเดีย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ กรุงนิวเดลี

ผลสำรวจพฤติกรรม นักท่องเที่ยวอินเดีย หลังผ่านพ้นวิกฤต COVID-19 จากผลกระทบการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ทำให้ประเทศอินเดียจะยังคงอยู่ในช่วงล็อกดาวน์ ถึงแม้ชาวอินเดียยังไม่สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้ในเร็ว ๆ นี้ แต่ผลสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย อันดับต้นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ทำให้คาดการณ์ได้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวอินเดียจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยในประเทศไทย หลังสถานการณ์คลี่คลายลง ทำให้ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปและสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว เช่น การปฏิบัติเกี่ยวกับสุขอนามัยในการเดินทางและการปรับใช้บริการเทคโนโลยีดิจิทัลกับธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการโฆษณา การชำระค่าบริการ รวมไปถึงการจัดโปรแกรมขึ้นจูงใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับโอกาสทางธุรกิจที่จะมาถึง

ประเทศญี่ปุ่น

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ นครโอซากา

จับตาธุรกิจ Hybrid [Supermarket X Delivery] ธุรกิจดาวรุ่งในตลาดญี่ปุ่น จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเดินชีวิตของผู้บริโภค ทำให้บริษัทโลจิสติกส์ Startup LOMA ร่วมมือกับบริษัท Yahoo , AEON Kyushu และบริการ (EC) "PayPay Dash" ให้บริการส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ขายในซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ เช่น อาหารกล่องเบนโตะ, ขนมปัง, เครื่องดื่มและขนมหวาน ภายใน 30 นาที ผ่านการใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน โดยเป็นโมเดลไฮบริดของร้านค้าแบบมีหน้าร้านและ EC โดยในอนาคตมีแผนนำการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดส่งโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาช่วยอีกทางหนึ่ง เพื่อเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ที่รองรับและตั้งเป้าส่งมอบสินค้าให้เร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งบริษัท LOMA ยังเปิดรับช่องทางการส่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์และ Fax เพื่อรองรับการสั่งซื้อจากกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่สันทัดในเรื่องของการใช้เทคโนโลยีอีกทางหนึ่งด้วย นับเป็นระบบขนส่งโลจิสติกส์อัจฉริยะที่อำนวยความสะดวกและคำนึงถึงผู้บริโภคทุกวัยอย่างรอบคอบ เป็นโมเดลไฮบริดที่น่าสนใจที่ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาข้อมูลและนำมาประยุกต์ใช้กับระบบของตนเพื่อรองรับและสนองความต้องการของผู้บริโภคในอนาคตให้ดียิ่งขึ้น

Telemedicine ธุรกิจการแพทย์ทางเลือก แผนใหม่ที่กำลังมาแรง

“New Normal” หรือ New Norm คือ “ความปกติใหม่” หรืออธิบายสั้นๆคือ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้คนในการใช้ชีวิตประจำวันและการขับเคลื่อนทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะออนไลน์ ซึ่ง New Normal นี้เกิดขึ้นมาจากวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกอย่างรุนแรงเป็นวงกว้าง จนส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เช่น เทียวต่างประเทศน้อยลง ชื้อของกินของใช้ ตนไว้สำหรับในเวลาฉุกเฉิน เริ่มทำงานที่บ้าน (Work From Home) ใช้บริการ Food Delivery มากขึ้น หันมาดูแลสุขภาพตัวเองมากขึ้น ลดการใช้จ่ายสิ่งของฟุ่มเฟือย การรักษาระยะห่างทางสังคมและป้องกันตนเองโดยการใส่หน้ากาก ฯลฯ จากมาตรการ Social Distancing ทำให้หลายคน หันมาหาข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพเพื่อสังเกตอาการของตนเองในยามเจ็บป่วยจากอินเทอร์เน็ต หรือใช้บริการการดูแลสุขภาพผ่านระบบออนไลน์เพื่อหลีกเลี่ยงการเดินทางไปสถานที่เสี่ยง ทำให้เทคโนโลยีระบบแพทย์ทางไกล (Telemedicine) เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อระบบสาธารณสุขมากขึ้น เทคโนโลยีนี้สามารถช่วยลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ ลดค่าใช้จ่ายการรักษา และผู้ป่วยสามารถเข้าถึงแพทย์ได้อย่างทันท่วงที โดยการรวมเทคโนโลยี AI เข้ากับ Big Data เพื่อทำงานผ่านระบบข้อมูลทางการแพทย์และการวิเคราะห์ผ่านระบบ Virtual Hospital

สำหรับในประเทศไทยเองนั้น Telemedicine ยังมีข้อจำกัดในหลายด้านหนึ่งในข้อจำกัดที่สำคัญคือ การที่แพทย์ไม่สามารถตรวจร่างกายผู้ป่วยได้ ซึ่งในการให้คำวินิจฉัยหรือคำแนะนำทางการแพทย์นั้น บ่อยครั้งที่แพทย์ต้องการข้อมูลจากการฟังเสียงปอด ฟังเสียงหัวใจ ดูลำคอ และอื่นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ แต่หนึ่งในเทคโนโลยีที่กำลังเป็นที่ถูกกล่าวถึง และพยายามเข้ามาอุดช่องโหว่นี้ คือ เครื่องมือในกลุ่ม Handheld Examination Kit เช่น TytoCare ซึ่งเป็น Digital Stethoscope หรือ เครื่องมือที่ใช้ฟังเสียงหัวใจและปอด อีกทั้งยังสามารถส่องดูหู ลำคอ จมูก ผิวหนังและวัดอุณหภูมิร่างกายได้ในเครื่องเดียว ทำให้แพทย์ได้ข้อมูลจากร่างกายคนไข้ โดยไม่ต้องสัมผัสใกล้ชิดโดยตรง ซึ่งเครื่องมือนี้ได้ผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยาของทั้งสหรัฐอเมริกาและไทย

ข้อมูลอ้างอิง
<https://www.telehealth.com/>

DITP เตรียมจัดโครงการกว่า 250 โครงการ บุกตลาดส่งออกหลังโควิดคลี่คลาย

นายสมเด็จ สุสมบูรณ์ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เปิดเผยว่าจากสถานการณ์โควิด -19 ที่มีแนวโน้มคลี่คลายลงและหลายประเทศทั่วโลกได้มีการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์เพื่อช่วยกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องเพื่อมองหาโอกาสและช่องทางในการกระตุ้นเศรษฐกิจในการบุกตลาดส่งออกให้กับผู้ประกอบการไทย ทั้งนี้เมื่อสถานการณ์เอื้ออำนวยกรมพร้อมดำเนินการได้ทันทีเพื่อรักษาและขยายตลาดส่งออกโดยรวม โดยได้จัดเตรียมโครงการกว่า 250 โครงการ อาทิ การส่งเสริมสินค้าไทยผ่านช่องทางออนไลน์ โมเดิร์นเทรด ห้างสรรพสินค้าในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก การยกระดับภาพลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการไทยในต่างประเทศ ภายใต้ตราสัญลักษณ์ Tmark, Demark, PM Award และ Thai Select รวมถึงการสร้างมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยให้กับสินค้าและบริการของไทย เช่น มาตรฐานด้านอาหาร ฮาลาล เกษตรอินทรีย์ การนำทัพผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศและการจัดงานแสดงสินค้าในไทย พร้อมจัดกิจกรรมให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อบุกตลาดต่างประเทศกับทูตพาณิชย์ทั่วโลก ผ่านกิจกรรม Online Export Clinic ในการบุกตลาดส่งออกทุกภูมิภาคทั่วโลก นอกจากนี้กรมยังมีพันธมิตรทางการค้าในการสนับสนุนการจัดกิจกรรมของกรมและสร้างความแข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น เช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมธนาคารไทย มหาวิทยาลัยต่างๆ รวมทั้งพันธมิตรแพลตฟอร์มออนไลน์ในต่างประเทศ อาทิ Tmall, Alibaba (ตลาดจีน) Bigbasket (ตลาดอินเดีย) คลัง.com (ตลาดอาเซียน) และ Amazon (ตลาดอเมริกา) เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์(นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฎ์) ที่ให้กรมสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้พร้อมรับกับสถานการณ์ในทุกมิติ พร้อมปรับสถานการณ์โควิดสร้างโอกาสให้ธุรกิจไทย

โอกาสและสถานการณ์ทางการค้าหลังจากสถานการณ์โควิด -19

สินค้าอาหาร

สถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 เป็นตัวเร่งสำคัญ ที่ทำให้สินค้าอาหารเติบโตขึ้น ทั้งอาหารสด อาหารแห้ง อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง และอื่นๆ รวมถึงวัตถุดิบในการทำอาหารต่างก็ได้รับอานิสงส์ขายได้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าไทยจะมีคู่แข่ง แต่ไทยก็มีจุดแข็งตรงที่ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคทั่วโลกว่าอาหารไทยปลอดภัยไร้โควิด-19 เนื่องจากรัฐบาลสามารถควบคุมสถานการณ์ได้

สินค้าไลฟ์สไตล์

จากการเว้นระยะห่างทางสังคมทำให้คนอยู่บ้าน และใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์กันมากขึ้น โดยหันมาให้ความสำคัญในการแสดงตัวตนหรือการโพสต์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) โดยเน้นสินค้าแฟชั่นให้เข้ากับบุคคลของตนเอง รวมทั้งการมีเวลาอยู่บ้านมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการแต่งบ้าน การหางานอดิเรกที่เหมาะสมกับพฤติกรรมดำรงชีวิตในรูปแบบ New Normal

ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

ปัจจัยหนุนจากการค้าออนไลน์และการทำงานที่บ้านทำให้ธุรกิจภาพยนตร์ เกม คาแรกเตอร์ การเรียนการสอนออนไลน์ มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ซึ่งปัจจุบันผู้ให้บริการสตรีมมิ่ง (streaming) ภาพยนตร์ ได้รับความนิยมทั่วโลกและมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงเป็นทางเลือกที่ดีและเป็นโอกาสของภาพยนตร์ไทยในการนำเสนอผลงานผ่าน Platform นี้ นอกจากนี้จากความนิยมการค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการสินค้าคาแรกเตอร์ได้ปรับเปลี่ยนไปจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น อีกทั้งส่งผลให้ผู้ผลิตคอนเทนต์ต่างๆ ที่ใช้ประกอบการจัดทำคลิปแนะนำสินค้า คลิปโฆษณาสินค้าต่างๆ ที่ใช้ส่งเสริมการขายสินค้าออนไลน์มีโอกาสเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วยโดยเฉพาะผู้ผลิตคอนเทนต์รายย่อย

สำหรับผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมของกรม สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ www.ditp.go.th หรือ สายตรงการค้าระหว่างประเทศ 1169

จรินทร์ จับมือ 7 แพลตฟอร์มดัง ขายผลไม้ออนไลน์
ไปทั่วไทย-ทั่วโลก เน้นลุยหนัก 2 เดือนทองผลไม้
จัดโครงการใหญ่ "ไทยช่วยไทย ชาวสวนอยู่ได้
ประเทศไทยอยู่รอด"

นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฎ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานเปิด “โครงการ Thailand Fruits Golden Months : ไทยช่วยไทย ชาวสวนอยู่ได้ ประเทศไทยอยู่รอด” ซึ่งเป็นโครงการที่กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ร่วมมือกับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำ ได้แก่ Thailandpostmart, Shopee, Lazada, JD Central, Jatujakmall, Cloudmall, The Hub Thailand และ Octorocket.asia สนับสนุนและช่วยเหลือเกษตรกรไทยผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) โดยส่งเสริมช่องทางออนไลน์สำหรับจำหน่ายสินค้าการเกษตรเพื่อการส่งออก ผลไม้สดเกรดพรีเมียมคุณภาพส่งออก ได้แก่ มะม่วง ทุเรียน มังคุด และผลไม้ไทยอื่นๆ ที่จะทยอยออกสู่ตลาด เช่น ลำไย และลิ้นจี่ ซึ่งหลายสวนไม่สามารถส่งออกไปขายยังตลาดในต่างประเทศได้เต็มที่ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา รวมถึงเร่งรัดจัดกิจกรรมผลักดันการส่งออกเชิงรุก ได้แก่ การขยายตลาดสินค้าไทยในต่างประเทศผ่านร้าน TOPTHAI Flagship Store บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในตลาดเป้าหมาย และจัดกิจกรรมเจรจาการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศกับผู้ส่งออกไทย หรือ Online Business Matching อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

“พาณิชย์” ผนึกกำลังภาครัฐและเอกชน
ปรับแผนรับมือผลไม้ส่งออกสู่ตลาดรวม 5 มาตรการ

“พาณิชย์” ผนึกกำลังภาครัฐและเอกชน เดินหน้าช่วยเหลือบริหารจัดการผลไม้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ด้านการผลิต การทำตลาดในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงการช่วยเหลือสภาพคล่องให้กับผู้ประกอบการ และการควบคุมคุณภาพมาตรฐาน มั่นใจดูแลราคาผลไม้ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้อย่างแน่นอน โดยได้มีการปรับเปลี่ยนมาตรการให้สอดคล้องตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น 5 มาตรการด้านการผลิต ช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศ เจริญจับคู่ธุรกิจต่างประเทศ ชดเชยดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการส่งออก และผลักดันให้มีการยอมรับมาตรฐานการตรวจสอบร่วมกัน รวมถึงมีพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือแนวทางการบริหารจัดการการขนส่งผลไม้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวม 13 หน่วยงาน โดยมีเป้าหมายหลักในการบูรณาการทำงานร่วมกันให้เบ็ดเสร็จและครบวงจร ผู้ที่สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ www.ditp.go.th หรือสายตรงการค้าระหว่างประเทศ โทร 1169

DITP

SMEs

“จรินทร์” ดัน 4 มาตรการหนุนธุรกิจ “ดิจิทัล คอนเทนต์”

นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฎ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ นำกระทรวงพาณิชย์และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มาประชุมแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทยสู่ตลาดโลก โดยมีนายบุญฤทธิ์ กัลยาณมิตร ปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พร้อมกับ 6 สมาคมอุตสาหกรรมด้านดิจิทัลคอนเทนต์ โดยการประชุม “พลิกวิกฤติเป็นโอกาส จับคู่ธุรกิจออนไลน์ สร้างคอนเทนต์ไทยสู่ตลาดโลก” ซึ่งมีความเห็นร่วมกันว่ากระทรวงพาณิชย์จะเข้ามามีส่วนร่วมสำคัญในการช่วยสนับสนุนให้ภาคธุรกิจนี้เติบโตต่อไปในอนาคตโดยเตรียมมาตรการทั้งหมด 4 เรื่อง

1. สร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลคอนเทนต์ไทยแลนด์
2. ปรับรูปแบบของการจัดนิทรรศการ จับคู่ธุรกิจออนไลน์
3. สนับสนุนในรูปแบบของเงินอุดหนุน
4. จับคู่ลงทุนทางธุรกิจภายใต้แบรนด์ของคนไทยอย่างเป็นรูปธรรม

พาณิชย์ เร่งกระตุ้นภาคการเกษตรเปิดหลักสูตรเร่งรัด
“สมาร์ทฟาร์มเมอร์” อบรมเกษตรกรไทยขายออนไลน์
ตรงถึงผู้บริโภค ฝ่าวิกฤตโควิด - 19

หนึ่งในนโยบายและแผนงานที่สำคัญของกระทรวงพาณิชย์ คือ การเร่งส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งและเร่งสนับสนุนการส่งออกโดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าเกษตร กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงได้จัดโครงการสัมมนาหลักสูตร “Smart Farmer ออนไลน์สู่ตลาดโลก” ในรูปแบบออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันชาวนาและเกษตรกรไทยรุ่นใหม่ ให้ได้เรียนรู้เรื่องการส่งออก จากการที่ได้รับความรู้ถึงปัญหาของชาวนาและเกษตรกรไทยรุ่นใหม่นั้น พบว่ากลุ่มดังกล่าวมีความต้องการที่จะรับทราบความรู้เบื้องต้นในการส่งออก เนื่องจากที่ผ่านมาชาวนาและเกษตรกรไทยรุ่นใหม่ได้มีการส่งออกบ้างแล้ว แต่ยังไม่มีทราบวิธีการส่งออกที่ถูกต้องโดยเฉพาะในเรื่องของขั้นตอนและกฎระเบียบต่างๆ ที่จำเป็น รวมทั้งเรียนรู้เรื่องการค้าออนไลน์อย่างครบวงจร พร้อมยกระดับให้ก้าวสู่การค้าระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ โดยโครงการดังกล่าวประกอบด้วยหลักสูตรที่จะช่วยให้เกษตรกรไทยมีรายได้ในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว พร้อมด้วยแนวทางการค้าระหว่างประเทศและการส่งออกบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ อีกทั้งยังมีการเรียนรู้แนวทางจากกูรูด้านเกษตรและการค้าออนไลน์กับแนวทางการแปลงร่างให้เกษตรกรไทยพันธุ์ “Smart Farmer” ที่ก้าวสู่ตลาดต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมสามารถติดต่อได้ที่ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ (NEA) ได้ที่ www.nea.ditp.go.th หรือ www.ditp.go.th หรือ www.facebook.com/nea.ditp หรือ Call Center 1169

NEW NORMAL โลกของผู้สูงอายุหลังโควิด-19

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา Covid-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคในวัยสูงอายุ และทั้งยังเป็นกลุ่มเสี่ยงที่ได้รับผลกระทบจากการติดเชื้อมากที่สุด โดยสิ่งเหล่านี้นำไปสู่สิ่งที่เรียกว่า New Normal หรือความปกติในรูปแบบใหม่ ซึ่งหมายถึงบรรทัดฐานและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมจะไม่เหมือนเคย และยิ่งนำไปสู่การเกิดธุรกิจแนวใหม่รวมถึงการพัฒนาปรับเปลี่ยนแนวทางการค้าจากรูปแบบเดิมเพื่อให้เหมาะสมกับสถานะที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น

ด้านสาธารณสุข ที่มีการพัฒนาการรักษาในรูปแบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ช่วยให้สูงอายุหรือผู้ที่เข้ารับบริการทางแพทย์สามารถติดต่อและได้รับการรักษาเบื้องต้นผ่านระบบ Video Conference ได้แบบ Real-time ที่บ้าน ซึ่งช่วยป้องกันการแพร่กระจายของโรคติดต่อ และสามารถติดตามผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่อยู่ห่างไกลจากโรงพยาบาล

ด้านเศรษฐกิจ จากมาตรการการปิดประเทศ Lock down ในหลายประเทศได้สร้างผลกระทบในแง่ลบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก และสิ่งที่จะเกิดขึ้นคือการตกงานครั้งใหญ่ และความเหลื่อมล้ำทางสังคมจะมีช่องว่างที่กว้างขึ้น แม้ว่าผู้สูงอายุหลายคนอาจจะไม่ได้รับผลกระทบจากการตกงาน แต่อาจส่งผลกระทบต่อการจ่ายเงินบำนาญและสวัสดิการต่างๆ และสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดจนหลังโรคระบาดคือ การขยายตัวของ E-Commerce แม้ปัจจุบันผู้บริโภคจะเคยชินกับการซื้อสินค้าออนไลน์อยู่เดิม แต่ยุคหลังจากนี้ยังทวีความนิยมมากขึ้น รวมไปถึงการซื้อของสด ผัก ผลไม้ผ่านช่องทางออนไลน์ก็จะเติบโตมากขึ้น โดยในอนาคตผู้สูงอายุอาจเลือกซื้อของใช้ออนไลน์แบบถาวร แทนการไปเดินตลาดก็เป็นได้

ด้านเทคโนโลยี ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา Covid-19 บังคับให้ผู้คนหันมาอยู่ในโลกออนไลน์มากขึ้น ทั้งการทำงาน การเรียน สิ่งที่จะตามมาในอนาคตคืออินเทอร์เน็ต เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่รัฐบาลต้องจัดหาให้ประชาชนทุกคนซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ รวมถึงต้องเร่งเปิดใช้งานในระบบ 5G เพื่อเพิ่มความเร็ว และตอบสนองการใช้งานที่มากขึ้น โลกจะเข้าสู่สังคมไร้เงินสด การใช้ Digital Banking หรือธนาคารแบบออนไลน์ แอปพลิเคชัน E-Wallet และการจ่ายเงินผ่านระบบดิจิทัล จะเกิดขึ้นในทุกสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าใกล้บ้านหรือห้างสรรพสินค้า การทำธุรกรรมออนไลน์จะกลายเป็นเรื่องปกติแทนที่การใช้เงินสด ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุต้องเรียนรู้

ด้านวิถีชีวิต การทำกิจกรรมและการเสปสจะเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่ผู้สูงอายุต้องออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน แต่หลังจากนี้ความตระหนักรู้ด้านสุขอนามัยที่มากขึ้นจะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ผู้คนจะหันมาเสปส ทำกิจกรรมผ่านทางออนไลน์ และใช้เวลาในโลกออนไลน์ยาวนานขึ้น ผู้สูงอายุเองก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

โดยจากข้อมูลข้างต้นสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา Covid-19 ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคไม่เพียงแต่คนวัยทำงานหนุ่มสาว แต่เป็นการปรับเปลี่ยนทั้งวงจร และส่งผลกระทบต่อทุกวัย ดังนั้นการทำกลยุทธ์ทางการตลาด E-Commerce จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องใส่ใจและรวมถึงการปรับเปลี่ยนเตรียมความพร้อมโดยเฉพาะระบบอำนวยความสะดวกสำหรับตลาดกลุ่มผู้สูงวัยซึ่งเป็นกลุ่มตลาดขยายที่จะมีขนาดใหญ่ขึ้นในอนาคต



ข้อมูลอ้างอิง

[https://www.politico.com/news/magazine/2020/03/19/coronavirus-effect-economy-life-society-analysis-covid-135579?](https://www.politico.com/news/magazine/2020/03/19/coronavirus-effect-economy-life-society-analysis-covid-135579?fbclid=IwAR0ugg3t3axSwBd4l9a8tB4YHrWDR-BsK7n9TVG5DudyhXBpBkCl1Wo96bE)

[fbclid=IwAR0ugg3t3axSwBd4l9a8tB4YHrWDR-BsK7n9TVG5DudyhXBpBkCl1Wo96bE](https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2020/03/23/covid-19-is-changing-our-world-as-well-as-our-attitude-to-technology-and-privacy-why-could-that-be-a-problem/#24415ff76dc1)

<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2020/03/23/covid-19-is-changing-our-world-as-well-as-our-attitude-to-technology-and-privacy-why-could-that-be-a-problem/#24415ff76dc1>

ธุรกิจบริการดิจิทัลเติบโตท่ามกลางภาวะ Next Normal

คนจำนวนมากต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาทำงานจากบ้าน เพื่อหลีกเลี่ยงการระบาดของโรค แต่การอุปโภคบริโภคยังเป็นสิ่งจำเป็น หลายคนจึงปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอย หันมาใช้บริการธุรกิจดิจิทัลมากขึ้น การซื้อผ่านแอปพลิเคชันทำได้ง่ายและรวดเร็ว ผู้ประกอบการก็เพิ่มการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้มากขึ้นด้วย ถือเป็นโอกาสเติบโตของธุรกิจบริการดิจิทัล อย่างธุรกิจ E-Commerce ธุรกิจรับส่งพัสดุภัณฑ์ (Parcel Delivery) และธุรกิจขนส่งอาหาร (Online Food Delivery) โดยเฉพาะ Online Food Delivery โตขึ้นมากกว่าสามเท่าเมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน

หลังจากวิกฤต COVID-19 เราอาจเข้าสู่ “Next Normal” ที่สภาพสังคมหรือพฤติกรรมบริโภคมุ่งไปสู่ยุค On Demand ผู้ใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันได้ในพริบตา จึงมีแนวโน้มความนิยมที่ธุรกิจต่างๆ จะหันมาใช้บริการ fulfillment หรือบริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่งที่อำนวยความสะดวกเพื่อธุรกิจค้าขายออนไลน์หรือธุรกิจ E-Commerce ในเรื่องของพื้นที่จัดเก็บสินค้า (คลังสินค้า) รวมไปถึงการแพ็คสินค้าและการจัดส่งสินค้าบริการ Fulfillment เป็นบริการสำหรับผู้ขายที่ไม่สะดวกในการสต็อกสินค้าเองไม่มีเวลาแพ็คหรือจัดส่งสินค้าด้วยตนเองเมื่อมียอดขายสูง

บริการ Fulfillment จะเริ่มต้นเมื่อร้านค้าได้รับออเดอร์หรือรายการสั่งซื้อจากลูกค้าเรียบร้อยแล้วและจะดำเนินการให้ทั้งหมดจนกว่าสินค้าจะถูกส่งให้ลูกค้า โดยผู้ให้บริการจะจัดตั้งระบบจัดการออเดอร์ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบ API ระหว่างร้านค้ากับคลังสินค้าเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องไม่ตกหล่น และสามารถตรวจสอบได้ ผู้ใช้บริการจะทำออเดอร์การซื้อผ่านระบบคลังสินค้าออนไลน์ จากนั้นผู้ให้บริการจะนำสินค้าออกจากคลังของผู้ใช้บริการ แพ็คสินค้าตามออเดอร์ในระบบ และจัดส่งไปยังลูกค้าปลายทางตามช่องทางต่างๆ

ธุรกิจ fulfillment ครบวงจรเข้ามาจับตลาดสำคัญกับธุรกิจ E-Commerce ในยุคนี้มากขึ้น โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการและตลาดการค้าออนไลน์ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เมื่อผู้ประกอบการต้องการให้ธุรกิจเติบโตไปอีกขั้นด้วยการขยายช่องทางการขายและเพิ่มยอดขายมากขึ้น การมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ให้บริการ คลังสินค้าออนไลน์ ทั้งเก็บ-แพ็ค-ส่ง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้ธุรกิจได้อย่างดีเยี่ยม ผู้ให้บริการที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ DHL SCG mycloudfulfillment shipyours sokochan เป็นต้น ซึ่งผู้สนใจสามารถหาข้อมูลได้จากคลังข้อมูลออนไลน์ทั่วไทย



ธุรกิจมาแรงควบกระแส New Normal

ธุรกิจที่สามารถปรับตัวให้เป็นปกติ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ได้ดี ที่นักลงทุนต่างจับตามอง และยังสามารถเติบโต รวมถึงลงทุนในระยะยาวแบบ “Mega Trends” ได้ด้วยคือ

Global E-commerce แอปพลิเคชันสินค้าออนไลน์ ในช่วงที่ผ่านมาท่านอาจจะได้ทดลองใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์จากหลายแอปพลิเคชันมากขึ้น เพื่อให้ได้ราคาที่คุ้มค่า หรือโปรโมชั่นที่น่าสนใจมากขึ้น ซึ่งการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนี้เอง ทำให้ธุรกิจซื้อขายสินค้าออนไลน์ (E-commerce) ทั่วโลกมีแนวโน้มรายได้ขยายตัวต่อเนื่อง

Digital Healthcare นับตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้หลายบริษัททั่วโลก ที่อยู่ในกลุ่ม “Digital Healthcare” มีความต้องการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรักษา Virtual Care และ Telehealth หรือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในด้านการแพทย์ผ่านระบบโทรคมนาคม
2. ธุรกิจด้านการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อสนับสนุนการรักษา ตัวอย่างเช่น Online Doctor, Electronic Health Record, Medicine Delivery
3. ธุรกิจด้านการคิดค้นวัคซีน กลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยวัคซีนช่วยป้องกันโรค COVID-19 และ ยารักษาโรค

ดังนั้น ถ้าคุณกำลังมองหาการลงทุนที่ตอบโจทย์ทั้งกระแส “New Normal” และเป็น “Mega Trends” ที่จะเติบโตต่อเนื่อง สามารถลงทุนได้ในระยะยาว ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ธุรกิจ “Digital Healthcare” และ “Global E-commerce” ก็น่าจะเป็นคำตอบได้ให้กับคุณเป็นอย่างดี

ข้อมูลอ้างอิง

<https://www.ayima.com/blog/the-impact-of-covid-19-on-user-behaviour-and-ecommerce.html>

Wealth Manager Team (TISCO ASSET)



“ทิศทางเศรษฐกิจ และธุรกิจในยุค New Normal”

ปัจจุบันสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 เริ่มชะลอลง โดยหลายประเทศมีจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง หรือกระทั่งเป็น 0 ราย แต่ยังคงติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด แม้ว่าเราจะผ่านจุดวิกฤติมาแล้วก็ตาม อย่างไรก็ตาม สำหรับภาคธุรกิจกลับมีความท้าทายใหม่ที่เพิ่งเริ่มก่อตัวขึ้น



ทิศทางเศรษฐกิจ :

Krungthai COMPASS คาดว่าจีดีพีในปี 2020 จะติดลบ 8.8% เนื่องจากผลกระทบครอบคลุมทั้งการดำเนินงานของภาคธุรกิจในหลากหลาย Sectors ไม่เว้นแม้กระทั่งรายเล็กหรือรายใหญ่ ส่งผลกระทบต่อรายได้ ความเชื่อมั่นของภาคครัวเรือนและแรงงานในทุกระดับ トラบไคที่ยังไม่มีวัคซีนป้องกันอย่างทั่วถึง ทั้งยังมีความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดระลอก 2 ซึ่งหากทำให้รัฐบาลประกาศ Lockdown ประเทศอีกครั้ง จะส่งผลให้เศรษฐกิจไทยมีโอกาสติดลบรุนแรงมากถึง 12%

ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว ปัจจัยที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและธุรกิจจะมาจากการใช้จ่ายและการสนับสนุนต่างๆ จากภาครัฐ และกระแสที่เกี่ยวกับสุขภาพที่จะมาแรงมากขึ้น ทั้งยังมีปัจจัยสนับสนุนจาก Digital Technology ที่ช่วยกระตุ้นให้ประเทศและธุรกิจเติบโตได้ต่อไป

ทิศทางธุรกิจ :

Krungthai COMPASS ได้ทำการวิเคราะห์ธุรกิจในยุค New Normal ว่าธุรกิจใดมีโอกาสเติบโต ธุรกิจใดต้องเผชิญกับความเสี่ยง โดยทำการจัดระดับผลบวกที่แต่ละธุรกิจได้รับจากปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ มาพิจารณาควบคู่กับระดับผลกระทบด้านลบที่เกิดจากปัจจัยข้างกัน ได้แก่ การพึ่งพาอุปสงค์ต่างประเทศและการมีภาระหนี้สูง ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มธุรกิจออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่ม เติบโต : มีปัจจัยบวกสูงและปัจจัยข้างกันต่ำ

คือกลุ่มที่มีโอกาสขยายตัวสูง จึงต้องเร่งคว้าโอกาส เพราะเป็นกลุ่มที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในด้าน Healthcare และ Technology ในขณะเดียวกันก็ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ที่กำหนดให้เป็นอุตสาหกรรม S-Curve รวมถึงมีแนวโน้มจะอยู่ในแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจตามกรอบวงเงิน 4 แสนล้านบาท ได้แก่ กลุ่มธุรกิจ Healthcare, Technology, Chemical, Logistics

2. กลุ่ม ทรงตัว : มีปัจจัยบวกสูงและปัจจัยข้างกันสูง หรือมีปัจจัยบวกต่ำและปัจจัยข้างกันต่ำ

ดังนั้น ธุรกิจควรหาโอกาสจากการขยายขอบเขตธุรกิจและจากฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ โดยธุรกิจในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ได้รับปัจจัยบวกจากแนวโน้มการใส่ใจสุขภาพและเทคโนโลยี ทั้งยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ แต่ต้องเผชิญแรงกดดันจากการพึ่งพิงตลาดต่างประเทศ ซึ่งบั่นทอนการเติบโตในอนาคต ได้แก่ กลุ่มธุรกิจ Food & Beverage, Electronics & Electrical Appliances, Machinery, Energy, Tourism, Commerce, Construction & Building Material

3. กลุ่ม เฝ้ารวัง : มีปัจจัยบวกน้อยและปัจจัยข้างกันสูง

คือ กลุ่มที่เผชิญความท้าทายสูง การลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นลงและดึงเทคโนโลยีมาเสริมทัพเพื่อแสวงหาโอกาสใหม่ๆ เป็นกลยุทธ์สำคัญ โดยเฉพาะธุรกิจที่อิงกับตลาดต่างประเทศ รวมถึงธุรกิจที่ได้รับแรงกดดันจากภาระหนี้สูงทั้งนี้ของธุรกิจและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มธุรกิจ Agricultural, Auto & Parts, Textile, Leather & Jewelry, Metal, Packaging, Real Estate, Transport

เนื่องจากมีธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มทรงตัวและกลุ่มเฝ้ารวัง เป็นจำนวนมาก โดยธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มทรงตัวและกลุ่มเฝ้ารวัง มีมูลค่าธุรกิจรวม 19,521 และ 13,847 พันล้านบาทตามลำดับ (ข้อมูลปี 2018) ซึ่งมีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดังนั้น รัฐบาลจึงควรให้ความช่วยเหลือ โดยจัดสรรงบประมาณให้กระจายสู่ธุรกิจเหล่านี้ แล้วเราจะได้เติบโตในยุค New Normal นี้ไปด้วยกัน

ไม่พลาดทุกความเคลื่อนไหว ข้อมูลข่าวสารเศรษฐกิจ และทิศทางธุรกิจ เพียง Scan QR Code หรือลงทะเบียนที่ <https://bit.ly/3hRyyBR> เพื่อ Subscribe รับข้อมูลข่าวสารจาก Krungthai SME



การให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

"ดูแลผู้ประกอบการด้วยความใส่ใจ เพื่อผลสำเร็จด้านการค้าระหว่างประเทศ"

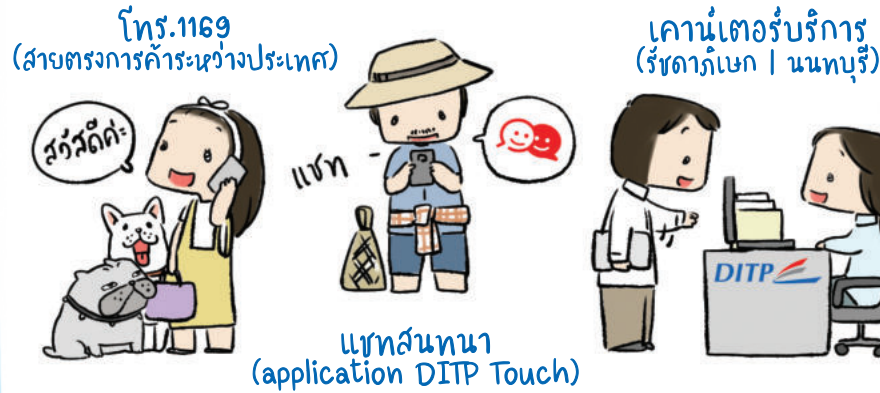


รางวัลนวัตกรรมบริการที่เป็นเลิศระดับดีเด่น
รางวัลคุณภาพการให้บริการประชาชนรางวัลดีเด่น



1

ผู้ประกอบการสามารถติดต่อ
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้หลายช่องทาง



"ให้บริการทุกภาคส่วนด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียม"

3

วิเคราะห์ คัดกรอง
และให้บริการตามระดับศักยภาพของผู้ประกอบการ

"ติดตามผลการให้คำปรึกษา
เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความประทับใจ"



พร้อมแล้วครับ

พยายาม
อีกนิดนะครับ



พัฒนาผู้ประกอบการ
สู่การค้าระหว่างประเทศ



เข้าร่วมงานแสดงสินค้า
ทั้งในประเทศและต่างประเทศ



Design
Excellence
Award

PRIME
MINISTER'S
EXPORT AWARD



เพิ่มมูลค่าสินค้า
ด้วยนวัตกรรมและการดีไซน์



พาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์



2

เจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาธุรกิจการค้าระหว่างประเทศภายใต้เครือข่ายการให้บริการที่เข้มแข็ง

การค้าระหว่างประเทศ

ข้อพิพาททางการค้า

กิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

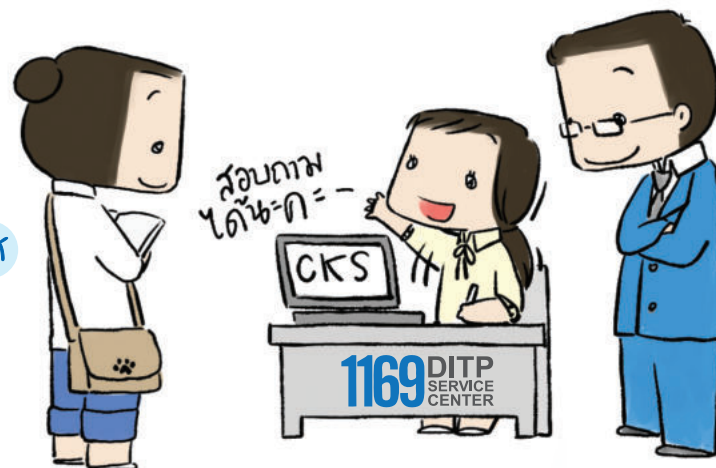
การฝึกอบรมความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การลงทุน

สถิติการค้าระหว่างประเทศ

การส่งออก



"พร้อมให้บริการด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยด้วยมาตรฐานการบริการระดับสากล"

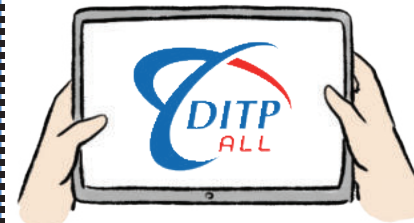
4

วัดผลการให้บริการอย่างแท้จริงเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ประกอบการ



"ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จในตลาดโลก"

พัฒนาเทคโนโลยี
เพื่อสร้างสรรค์การให้บริการ



DITP Drive

ติดตามข่าวสาร
และสมัครเข้าร่วมกิจกรรม
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



URL:
drive.ditp.go.th

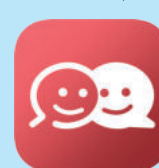
DITP Connect

ศูนย์รวมข้อมูลข่าวสาร
ด้านการค้าระหว่างประเทศ



DITP Touch

แชททุกเรื่องการค้าส่งออก





ปฏิทินกิจกรรมและการสัมมนา

THAI G.R.O.O.V.E : Global Reach Online-to-Offline Virtual Experience
Thailand's first virtual brand showroom experience
(แพลตฟอร์มแบรนด์โชว์รูมออนไลน์)
www.thaigroove.com : 15 – 17 กันยายน 2563

งานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX – Anuga Asia 2020
และนิทรรศการและค้นหาเจาะการค้าสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ (60+)
Impact Exhibition & Convention Center, Muang Thong Thani,
Bangkok, Thailand : 22 - 26 กันยายน 2563

งานแสดงสินค้าออนไลน์ BGJF Special Edition On Ground to Online Exhibition
www.bkkgems.com : 2 - 4 พฤศจิกายน 2563

งานแสดงสินค้า Bangkok Gems & Jewelry Fair ครั้งที่ 66
Impact Challenger 1-3, Muang Thong Thani,
Bangkok, Thailand : 23 - 27 กุมภาพันธ์ 2564

งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2021
และโครงการผู้ประกอบการรายใหม่ (The New Faces)
Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC), Bangna,
Bangkok, Thailand : 10 - 14 มีนาคม 2564

**“ It is during our darkest moments
that we must focus to see the light. ”**

**“ในช่วงเวลาที่มืดมนที่สุดของชีวิต
เราต้องตั้งสติเพื่อที่จะมองเห็นแสงสว่าง”**

- Aristotle -



DITP

THINK TRADE

THINK DITP ชี้ช่องการค้า

