

BOT  
พระสยาม  
MAGAZINE

# BOT

พระสยาม MAGAZINE

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2564

ปีที่ 44 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2564

ISSN 1485-7859



ธนาคารแห่งประเทศไทย



NEW WORLD LANDSCAPE

เดินหน้าอย่างไรในภูมิทัศน์ใหม่ของโลก





ธนาคารแห่งประเทศไทย  
BANK OF THAILAND

เริ่มต้นก้าวแรก ชีวิตการเงินดี  
ด้วย เป้าหมาย ต้อง วางแผน

ออม  
1 ใน 4  
อย่าปล่อย  
ออกรายได้ต่อเนื่อง

ออม  
3-6  
เท่า  
ใช้ออกเงิน  
ขอย้ายต่อเดือน

ใช้สัปดาห์  
ก่อน ใช้จ่าย

เป็นหนี้  
1 ใน 3  
ไม่ให้  
เกิน  
ขอย้ายต่อเดือน

คิด ก่อนค้า

ประกัน ช่วยลด  
ความกังวลและความ  
ไม่แน่นอนทางการเงิน

ศึกษาเมื่อไร  
และความเสี่ยง  
ก่อนลงทุน

รู้จัก  
ภัยทางการเงิน

เตรียมเงินฉุกเฉิน  
12  
ทำให้ง่ายต่อเดือน  
จำนวนเงินฉุกเฉิน  
วางแผนการเงิน  
ไปพร้อมกับ  
เรื่องภาษี

มีปัญหาทางการเงินปรึกษา  
Ins.1213  
ศูนย์บริการผู้ใช้บริการการเงิน  
ธนาคารแห่งประเทศไทย



“สวัสดิปีใหม่”

ด้วย 12 ข้อคิด  
เพื่อชีวิตการเงินที่มั่นคง  
ตลอดปี 2564



## Editor's Welcome

สวัสดิ์ค่ะท่านผู้อ่านทุกท่าน ในสถานการณ์ที่ไวรัสโควิด 19 กลับมาระบาดอีกครั้ง ทำให้ปีใหม่ที่ควรจะได้พักผ่อนกลายเป็นช่วงเวลาแห่งความท้าทาย เศรษฐกิจที่มีทิศทางว่าจะค่อย ๆ ปรับตัวดีขึ้น ก็ต้องมาชะลอตัวลงอีกครั้ง การอุบัติของไวรัสโควิด 19 สั่นสะเทือนไปทุกวงการ และเขย่าบริบทของโลกในมิติต่าง ๆ ให้เปลี่ยนไปอย่างฉับพลัน BOT พระสยาม MAGAZINE ฉบับนี้ จะพาทุกท่านมารู้จักกับโลกหลังโควิด 19 ภายใต้แนวคิด “New world landscape เดินหน้าอย่างไรในภูมิทัศน์ใหม่ของโลก”

เริ่มต้นด้วยคอลัมน์ CoverStory ที่ได้รับรวมเทรนด์ใหม่ ๆ ทั้งด้านสังคมและเทคโนโลยีที่จะส่งผลต่อเศรษฐกิจทั่วโลก และผู้ว่าการ ดร.เศรษฐพุฒิ สุทธิวาทนฤพุฒิ ได้มาให้ความเห็นถึงเทรนด์ใหม่ ๆ เหล่านี้ และการปรับตัวของประชาชน ภาคธุรกิจ และประเทศ รวมไปถึงการปรับตัวในมิติต่าง ๆ ของธนาคารแห่งประเทศไทย ในคอลัมน์ Governor's Talk

นอกจากนี้ ยังมีบุคคลสำคัญจากหลายแวดวงให้เกียรติมาเล่ามุมมองการปรับตัวของหลายภาคธุรกิจ อาทิ คุณผยอง ศรีวณิช ประธานสมาคมธนาคารไทย กับ การปรับตัวของภาคสถาบันการเงินในคอลัมน์ Relax @ เรือนแพ รศ. ดร.ปิติ ศรีแสงนาม ผู้อำนวยการศูนย์เศรษฐกิจระหว่างประเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาให้ความเห็นเรื่องความสัมพันธ์และการค้าระหว่างประเทศในคอลัมน์ The Knowledge และคุณเคน - นครินทร์ วนกิจไพบูลย์ บรรณาธิการบริหาร The Standard มาพูดคุยเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจสื่อในคอลัมน์ Inspiration

ขอเชิญท่านผู้อ่านลองได้กับเรื่องราวของคุณยายศรีและหลาน ซึ่งพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส จากธุรกิจเหนียวเหนียวในคอลัมน์ เศรษฐกิจติดดิน และหากท่านผู้อ่านสนใจเงินดิจิทัลสกุลต่าง ๆ ที่จะทวีความสำคัญขึ้นในอนาคตอย่างหยวนดิจิทัล Libra และความคืบหน้า Central Bank Digital Currency (CBDC) ของไทย ขอเชิญอ่านคอลัมน์ Payment System ได้ค่ะ

สุดท้ายนี้ BOT พระสยาม MAGAZINE ขอเป็นกำลังใจให้ท่านผู้อ่านทุกท่าน เริ่มปีใหม่ 2564 นี้ด้วยกำลังใจที่เข้มแข็ง ปลอดภัย ห่างไกลจากโควิด 19 และที่สำคัญคือกำลังใจที่พร้อมต่อสู้กับโรคภัยและความเปลี่ยนแปลงในภูมิทัศน์โลกใหม่อย่างมั่นคงค่ะ

*Srisit Laksanapattana*

สุริรัตน์ ลักษณปัทมา  
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายบริหารการสื่อสารองค์กร

เจ้าของ :

ธนาคารแห่งประเทศไทย

ที่ปรึกษาทิตตมศักดิ์ :

ดร.เศรษฐพุฒิ สุทธิวาทนฤพุฒิ

ที่ปรึกษา :

จันทวรรณ สุจริตกุล

บรรณาธิการ :

สุริรัตน์ ลักษณปัทมา

กองบรรณาธิการ :

อุบลรัตน์ จันทริงษ์  
มนิฉาย ชาญวิทย์  
พิริยะชัย กิตติสารกุล  
ปิยะบุษ ฐิตศิริ  
จุฑามาศ ศิริประชา  
ณัฐนิช รัชตะนันท์  
ชกาน เตชะดิวิชัย  
นฤพนธ์ รัชพงษ์  
กัมพล แก่นสุวรรณ



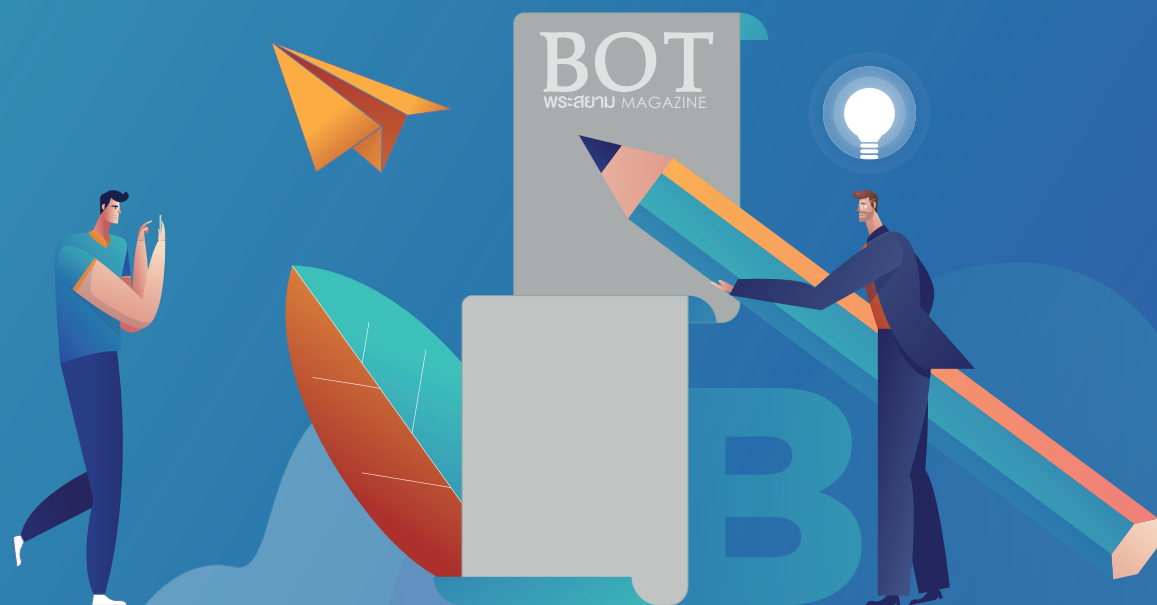
# BOT พระสยาม MAGAZINE Survey 2564

## ขอเวลาไม่เกิน 5 นาที...

ร่วมตอบแบบสอบถาม เพื่อพัฒนาการสื่อสาร  
ของวารสาร BOT พระสยาม MAGAZINE ให้ดียิ่งขึ้น  
พร้อมแจ้งความจำนงขอรับวารสารพระสยามเป็นประจำทุก 2 เดือน

ตั้งแต่วันนี้ - 31 พฤษภาคม 2564

เว็บไซต์ <https://bit.ly/3r2EX0v>



ลุ้นรับของรางวัลพิเศษ! จากธนาคารแห่งประเทศไทย จำนวน 100 รางวัล  
ประกาศผู้โชคดีทาง BOT พระสยาม MAGAZINE ฉบับที่ 3/2564  
(เผยแพร่ปลายเดือน มิถุนายน 2564)

# CONTENTS

BOT พระสยาม MAGAZINE

ISSUE 1/2564



## 04 COVER STORY

The Great Reset Towards New World Landscape

## 08 GLOBAL TREND

"วัคซีนโควิด 19" ความหวังของคนทั่วโลก

## 10 THE KNOWLEDGE

- รศ. ดร.ปิติ ศรีแสงนาม  
อุตสาหกรรมและการค้าไทยบน 4 คลื่นลูกใหม่ในเวทีการค้าโลก
- ธปท. ปรับหลักเกณฑ์และกระบวนการการยื่นขอ Soft Loan  
เพื่อช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากโควิด 19
- Digital Factoring ทางเลือกสภาพคล่องสำหรับ SMEs รายย่อย
- ส่งเสริมการค้าออนไลน์ไทย จากวิกฤตโควิด 19
- ทราบดีพร้อมลงทุนไทยอย่างไร? ให้รอดจากดักแด่กลายเป็นเสือ

## 25 BOT GET TO KNOW

ธปท. ปรับกระบวนการฯ รับ New Landscape

## 28 GOVERNOR'S TALK

ประเทศไทยควรเดินอย่างไรใน "New World Landscape"

## 34 RELAX @ เรือนวิ

เปิดวิสัยทัศน์...ผยอง ศรีวณิช  
"วิกฤตการเงินโลก" ความท้าทายที่ต้องก้าวข้ามไปให้รอด

## 38 เศรษฐกิจติดดิน

"เหนียวหอกกล้วยยายศรี"  
การผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยี  
ภายใต้ภูมิทัศน์ใหม่ในยุคโควิด 19



## 42 INSPIRATION

นครินทร์ วนกิจไพบูลย์  
"สื่อยุคใหม่ - เข้าใจพฤติกรรม  
ไม่ทิ้งจรรยาบรรณ และความน่าเชื่อถือ"

## 46 PAYMENT SYSTEM

หยวนดิจิทัล Libra และอินทนนท์  
กับพัฒนาการของสกุลเงินดิจิทัลในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา

## 50 BOT PEOPLE

เบื้องหลัง 4 คอลัมน์สุด  
บางขุนพรหมชวนคิด ร่วมด้วยช่วยคิด แจงสี่เบี้ย ยังอีโคโนมิสต์

## 54 EAT GUIDE

"ศาลเจ้าพ่อเสือ" ขอพรอัมบุญ...อัมทอง 6 ร้านดังในตำนาน

## 56 GO GREEN

"ขยะ" ช่วยกันลดง่าย ๆ แค่นี้แยกก่อนทิ้ง

## 58 FINANCIAL WISDOM

จัดการเงินก้อนใหญ่ให้อยู่หมัด

## 60 LIBRARY & ARCHIVES

3 หนังสือดี ที่ตีพิมพ์โดยแบงก์ชาติ





# THE GREAT RESET TOWARDS NEW WORLD LANDSCAPE

การกลับมาระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยอีกครั้ง ไม่เพียงทำให้ประชาชนต้องต้อนรับปีใหม่ 2564 ในแบบที่ไม่คาดคิดมาก่อน แต่ยังสะท้อนความจำเป็นที่ต้องปรับตัวสู่วิถีการดำเนินชีวิตใหม่อย่างชัดเจนขึ้น เช่น การจับจ่ายใช้สอยตามตลาดห้างร้านที่ย้ายมาอยู่ในรูปแบบออนไลน์ หรือการทำงานที่พลิกโฉมมาอยู่บนแอปพลิเคชันมากขึ้น ซึ่งคลื่นการระบาดทั้งสองระลอกบังคับให้เกิดการปรับตัว บางคนปรับได้เร็ว บางคนปรับได้ช้า เราจะทำอย่างไรให้ประเทศไทยไม่จมหายไปกับคลื่นดังกล่าว? แต่ใช้โอกาสนี้ในการตั้งตัว Cover Story ฉบับนี้ จึงขอเชิญชวนผู้อ่านมาทำความรู้จักกับ 5 เทรนด์ที่กำลังมาแรงภายใต้ภาวะ new normal ที่อาจเป็นโอกาสให้เศรษฐกิจไทยได้ reset ตัวเองใหม่เพื่อการเติบโตต่อไปอย่างเข้มแข็ง

## 1 ทำงานด้วยวิถีใหม่

การทำงานจากบ้านหรือทำงานทางไกล อาจไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับหลายคน แต่โควิด 19 ทำให้เทรนด์นี้แพร่หลายออกไปเป็นวงกว้างอย่างรวดเร็ว และคาดว่าจะไม่หายไปแม้โควิด 19 คลี่คลาย การประชุมออนไลน์ การนับเวลางานแบบยืดหยุ่น รวมทั้งการ live การทำงานจากกล้องมือถือเพื่อเป็นเพื่อนนั่งทำงานไปด้วยกัน เป็นสิ่งที่พบเจอบากขึ้นในแต่ละวัน ไม่ว่าต่อไปจะมีหรือไม่มีโควิด 19 คนบางกลุ่มจะยังนิยมใช้เทคโนโลยีที่บ้านแบบนี้ในการดำเนินชีวิต เห็นได้จากดัชนี Google Mobility Index<sup>1</sup> ในช่วงหลังจากมีการเปิดเมืองที่คนไทยยังเดินทางน้อยกว่าช่วงก่อนการระบาด โดยลดการเดินทางไปที่ทำงานกว่า 10% และลดการเดินทางไปสถานีนั่งรถ 20 - 30% สอดคล้องกับภาพรวมการทำงานของโลกหลังโควิด 19

ที่คาดว่ากว่า 1 ใน 4 ของแรงงานในประเทศอุตสาหกรรมหลักจะสามารถทำงานทางไกลได้อย่างน้อย 3 - 5 วันต่อสัปดาห์<sup>2</sup>

โควิด 19 เร่งให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในด้านการผลิตและการให้บริการเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งสร้างความท้าทายให้ทั้งภาคธุรกิจและแรงงานต้องปรับตัว เมื่อแรงงานต้องลดการเดินทางไปทำงานและลูกค้าลดกิจกรรมนอกบ้าน หลายธุรกิจจึงใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้นมาทดแทน การใช้ automation แทนแรงงานในภาคการผลิต การพัฒนาระบบงานซื้อขายเพื่อเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันต่าง ๆ รวมทั้งการใช้หุ่นยนต์แทนพยาบาลเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อจากการดูแลผู้ป่วย การทำงานทางไกลยังเอื้อให้ธุรกิจปรับแผนลดการขยายสาขาหรือลดพื้นที่เช่าสำนักงาน ซึ่งพัฒนาการเหล่านี้ ล้วนเป็นโอกาสให้ธุรกิจลดต้นทุนการ



ดำเนินงานในระยะยาว แต่วิถีการทำงานแบบใหม่ก็สร้างแรงกดดันให้กับธุรกิจและแรงงาน ทั้งการดูแลให้กลุ่มลูกค้ายังมีใจและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพก็ต้องทำงานจากทางไกล รวมถึงการปรับตัวและเพิ่มทักษะใหม่ให้วังทันโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะธุรกิจและแรงงานกลุ่มที่มีความสามารถน้อยกว่า และยังคงคุ้นกับการหาเลี้ยงชีพแบบเดิม ๆ

## 2 ใช้ระบบการเงินดิจิทัล

ประเทศไทยได้พัฒนาระบบการเงินดิจิทัลมาอย่างต่อเนื่อง เมื่อเผชิญกับโควิด 19 จึงมีความพร้อมในการปรับเข้าสู่การชำระเงินออนไลน์ เพื่อรองรับการค้าออนไลน์ที่เร่งขึ้น และลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ คนไทยใช้พร้อมเพย์เพิ่มขึ้นจาก 300 ล้านธุรกรรมต่อเดือน ในช่วงก่อนการระบาดของโควิด 19 รอบก่อน มาอยู่ที่มากกว่า 500 ล้านธุรกรรมต่อเดือน ในช่วงปลายปี 2563<sup>3</sup> แม้กระทั่งภาครัฐเองก็ได้ช่องทางในการผลักดันนโยบายได้รวดเร็วและตรงจุดขึ้น ตัวอย่างที่ผ่านมา ได้แก่ การกระตุ้นเศรษฐกิจต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง เป๋าตุง และถุงเงิน ที่มีส่วนช่วยส่งผ่านเงินช่วยเหลือให้กับประชาชนและระดับประคองให้เศรษฐกิจเดินหน้าต่อไปได้ นอกจากนี้ การวางโครงสร้างพื้นฐานการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการยืนยันพิสูจน์ตัวตน (National Digital Identity: NDID) ก็จะช่วยเอื้อให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินใหม่ ๆ ออกมาตอบโจทย์พฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ตลอดจนการรับส่งข้อมูลของภาคการเงินและภาคธุรกิจด้วยมาตรฐาน ISO 20022 ซึ่งไม่เพียงยกระดับการชำระเงินให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วภูมิภาคเอเชียและช่วยเสริมการชำระเงินข้ามพรมแดนเท่านั้น แต่จะช่วยเอื้อให้ภาคธุรกิจส่งและรับข้อมูลไปพร้อมกับธุรกรรมทางการเงินได้ ช่วยให้ภาคธุรกิจเก็บรวบรวมข้อมูลและเพิ่มความรวดเร็วในการได้รับเงิน ซึ่งระบบการเงินดิจิทัลจะสร้าง digital footprint ให้กลายเป็นข้อมูลขนาดใหญ่ที่จะช่วยให้ทั้งภาคธุรกิจและสถาบันการเงินวางแผนและประเมินความเสี่ยงได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้ประชาชนเข้าถึงสินเชื่อและบริการทางการเงินอื่น ๆ ได้ดีขึ้นด้วย



<sup>1</sup> Google Mobility Index อ้างอิงจากเอกสารประกอบการแถลงข่าวภาวะเศรษฐกิจเดือนพฤศจิกายน ปี 2563

<sup>2</sup> อ้างอิงจากรายงานของ McKinsey & Company "What's next for remote work: An analysis of 2,000 tasks, 800 jobs, and nine countries" (November 23, 2020)

<sup>3</sup> ที่มา : สปท. ข้อมูลธุรกรรมออนไลน์และชำระเงินผ่านบริการพร้อมเพย์





### 3 แบ่งปันข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจดิจิทัลที่เติบโตขึ้นได้สร้างข้อมูลมหาศาล ซึ่งนับเป็น  
ขุมทรัพย์ใหม่แก่ธุรกิจและภาครัฐ ไวโควิด 19 ทำให้ยุคดิจิทัลมาเร็วขึ้นและมีผล  
ในวงกว้าง โดยในปี 2563 เศรษฐกิจดิจิทัลเติบโตได้ถึง 7% แม้เศรษฐกิจไทย  
จะหดตัวรุนแรงที่สุดในรอบ 2 ทศวรรษ ถ้าเทียบกับปี 2559 คนไทยค้นหา  
บริการส่งอาหารเพิ่มขึ้นกว่า 20 เท่าและค้นหาบริการสตรีมมิ่งเพิ่มขึ้น  
กว่า 18 เท่า และที่น่าสนใจที่สุดคือกว่า 30% ของผู้ใช้บริการดิจิทัลเป็น  
ผู้ใช้งานใหม่ และเกือบทั้งหมดมีแนวโน้มจะใช้บริการดิจิทัลต่อเนื่อง'  
ตามความเคยชิน สถานการณ์เช่นนี้ทำให้เกิดจำนวนและประเภทของ  
ข้อมูลชนิดใหม่ ๆ ที่สร้างโอกาสแก่ธุรกิจ โดยเฉพาะข้อมูลรายธุรกรรม  
ที่จะสามารถสะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น ประเภทอาหารหรือ  
ภาพยนตร์ที่ชอบ ความถี่หรือช่วงเวลาในการใช้บริการออนไลน์ รวมทั้ง  
ข้อมูลส่วนตัวอื่น ๆ อาทิ อายุหรือเพศของผู้ใช้งาน นอกจากการให้ประโยชน์  
ทางธุรกิจแล้ว ข้อมูลเหล่านี้จะเอื้อให้ภาครัฐออกแบบนโยบายสาธารณะ  
ได้อย่างตรงจุดและทันการณ์ยิ่งขึ้นด้วย ในทางกลับกันข้อมูลมหาศาล  
ที่เกิดขึ้นยังสร้างความท้าทายในการจัดเก็บ การใช้ และการแชร์อย่าง  
เป็นระบบ ซึ่งต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐานและกฎระเบียบต่าง ๆ ตลอดจน  
ความสามารถของบุคลากรที่พร้อมจะบริหารขุมทรัพย์ใหม่นี้ให้เกิดประโยชน์  
แก่ทุกคนที่เป็นเจ้าของข้อมูล

<sup>4</sup> อ้างอิงจาก Google Report “e-Conomy SEA 2020, at full velocity: resilient and racing ahead”

## 4 ปรัชญารักโลก สร้างความยั่งยืน

**4** โควิด 19 ทำให้เราเห็นความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนขึ้น ดังจะเห็นได้จากช่วงล็อกดาวน์ที่สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้มีเวลาหายใจและฟื้นฟูตัวเอง สะท้อนว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจในยามปกติอาจเกินความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับ และสร้างผลลบให้กับสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกัน ทั่วโลกก็เกิดแรงสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมจากคนตัวเล็ก ๆ มากขึ้น เช่น สารคดีของ David Attenborough เรื่อง A Life on Our Planet ที่เล่าถึงการที่โลกทรุดโทรมลงรวดเร็วในช่วงชีวิตของคนคนเดียว ซึ่งทำให้กระแสรักษ์โลกยิ่งประสานพลังกับแนวทางที่ภาครัฐทั่วโลกรวมถึงองค์กรระหว่างประเทศผลักดันมาตลอด และตอกย้ำทิศทางด้วยการที่สหรัฐฯ ตัดสินใจกลับเข้าร่วมความตกลงปารีสอีกครั้งในปีนี้อีกด้านหนึ่งการระบาดของโควิด 19 ได้ตอกย้ำกระแสรักสุขภาพ กินคลีน และชวนกันออกกำลังกาย โดยเฉพาะผู้ที่สุขภาพไม่แข็งแรงหรือมีโรคประจำตัว เพื่อลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อไวรัส นอกจากนี้ ปัญหาฝุ่นพิษ PM2.5 ที่คนไทยเผชิญมาหลายปี ก็เป็นอีกตัวอย่างที่สะท้อนผลของกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่อสิ่งแวดล้อมและปัญหาสุขภาพ ความตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนยิ่งกว่าช่วงใด ๆ กลายเป็นความท้าทายให้หลายอุตสาหกรรมต้องปรับกระบวนการผลิตและบริการให้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมทั้งเป็นโอกาสให้ภาครัฐทั่วโลกเร่งสร้างระบบจูงใจให้ภาคธุรกิจและผู้บริโภคหันมาสนับสนุนสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การสนับสนุนรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (Electronic Vehicle: EV) และพลังงานสะอาด สำหรับประเทศไทยที่เคยพึ่งพานักท่องเที่ยวปีละเกือบ 40 ล้านคน ก็สามารถใช้จ่ายหว่านที่การท่องเที่ยวหยุดชะงักเร่งฟื้นฟูและปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยวให้ลดการใช้จ่ายต่อคนเพิ่มขึ้น แทนการพึ่งพาจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูงกว่า ขณะเดียวกันความสนใจด้านสุขภาพก็สร้างโอกาสให้ธุรกิจด้านอาหาร การเกษตร และการบริการรักษาพยาบาลให้เติบโตขึ้นต่อเนื่อง



ภายใต้ new landscape นี้ ทำอย่างไรให้การ  
เว้นระยะห่างไม่นำไปสู่การกักขังผู้ที่ปรับตัว  
ได้ช้ากว่า? คำตอบไม่ได้อยู่ที่ภาคส่วนเดียว  
แต่ทั้งประชาชน ธุรกิจ และภาครัฐต้องร่วมกัน  
มีบทบาทในการกระชับความต่างของการ  
ปรับตัวในภาคเศรษฐกิจแต่ละกลุ่มได้”



## 5 พลิกฟื้นท่ามกลางความเหลื่อมล้ำ

เมื่อ 4 เทรนด์ข้างต้นบังคับให้ทุกคนต้องป

เมื่อ 4 เทรนด์ข้างต้นบังคับให้ทุกคนต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว โอกาสและความสามารถในการปรับตัวที่ไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมจะทำให้ฐานะของกลุ่มเศรษฐกิจห่างออกากันมากขึ้น การทำงานวิถีใหม่ไม่ได้ทำได้ทุกคน เช่น แรงงานที่ขาดทักษะด้านดิจิทัลมีความเสี่ยงจะตกงาน ขณะเดียวกันแรงงานกลุ่มที่หาเข้ากินค่า เช่น แม่ค้าในตลาดวินมอเตอร์ไซด์ ผู้ใช้แรงงาน ก็มีลักษณะงานที่เสี่ยงกับปัญหาด้านสุขภาพมากกว่ามนุษย์เงินเดือนทั้งจากโควิด 19 และปัญหาฝุ่นพิษ PM2.5 ส่วนประชาชนที่ขาดเครื่องมืออุปกรณ์และความรู้ด้านการเงินออนไลน์ จะไม่ได้รับประโยชน์ของการเงินดิจิทัลอย่างเต็มที่ เพราะยังต้องพึ่งการทำธุรกรรมแบบดั้งเดิม ในด้านการแข่งขัน ธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายธุรกิจกว้างไกลจะสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลมหาศาลเป็นแต้มต่อ ขณะที่ธุรกิจขนาดเล็กกว่าอาจมีข้อจำกัดทั้งความพร้อมของบุคลากรทางด้านดิจิทัลและการเข้าถึงเงินทุน ทำให้เสียโอกาสและเสียความสามารถในการแข่งขัน

ภายใต้ new landscape นี้ ทำอย่างไรให้การเว้นระยะห่างไม่นำไปสู่การทิ้งห่างผู้ที่ปรับตัวได้ช้ากว่า? คำตอบคงไม่ได้อยู่ที่ภาคส่วนเดียว แต่ทั้งประชาชน ธุรกิจ และภาครัฐต้องร่วมกันมีบทบาทในการกระชับความต่างของการปรับตัวในภาคเศรษฐกิจในแต่ละกลุ่ม ด้านประชาชนและแรงงานต้องยกระดับและปรับทักษะ upskill reskill การทำงาน ธุรกิจต้องนำระบบดิจิทัลมาใช้เพิ่มขึ้นและต่อยอดนวัตกรรม และที่สำคัญภาครัฐต้องช่วยวางกรอบนโยบายในภาพรวมให้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง โดยเฉพาะการดูแลภาคการศึกษาให้ประชาชนและธุรกิจรายย่อย ๆ มีโอกาสที่เท่าเทียมและแข่งขันได้อย่างเป็นธรรม รวมทั้งคำนึงถึงพื้นฐานและผลกระทบที่จะมีต่อแต่ละกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไม่เท่ากัน การสร้างโอกาสและเสริมความสามารถให้ทุกคนปรับตัวได้เร็ว จะช่วยเพิ่มความพร้อมให้ไทยรับมือสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมืองโลกที่ไม่แน่นอนได้ดีขึ้นเมื่อโควิด 19 มีแนวโน้มจะยังอยู่กับเราไปอีกนาน การเร่งปรับตัวของทุกภาคส่วนในครั้งนี้จะเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยยกเครื่อง reset เศรษฐกิจไทยให้เดินหน้าไปพร้อมกันอย่างเข้มแข็ง 





# “วัคซีนโควิด 19” ความหวังของคนทั่วโลก

การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือโควิด 19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ถือเป็นการระบาดครั้งใหญ่ที่สร้างผลกระทบต่อชีวิต สภาพเศรษฐกิจ และสังคมอย่างมาก เกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทั้งในประเทศเศรษฐกิจหลัก และประเทศกำลังพัฒนา กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ประเมินความเสียหายในปี 2563 - 2564 กว่า 9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ความหวังเดียวของการแก้ปัญหาการระบาดของโควิด 19 คือ “วัคซีน”

## ความสำเร็จในการผลิตวัคซีน

ปลายปี 2563 เริ่มมีข่าวดีเรื่องวัคซีนป้องกันโควิด 19 ที่ผู้ผลิตหลัก 2 ใน 4 ราย ประสบความสำเร็จในการทดลองวัคซีนในมนุษย์ ในเดือนธันวาคม 2563 องค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (FDA) ให้การรับรองวัคซีนจากบริษัท ไฟเซอร์ - ไบออนเทค (Pfizer-BioNTech) และโมเดอร์นา (Moderna) ก่อนจะเริ่มแจกจ่ายให้ประชากรทั้งในประเทศอังกฤษ และสหรัฐอเมริกาได้จัดก่อน ส่วนอีก 2 ราย คือ อ็อกซ์ฟอร์ด - แอสตราเซนกา (Oxford - AstraZeneca) และสปุตนิก (Sputnik) ก็ทยอยผลิตวัคซีนตามมา

อย่างไรก็ตาม ขั้นตอนการแจกจ่ายจะเริ่มที่กลุ่มเสี่ยงเป็นหลัก ส่วนการจะไปถึงมือประชากรทั่วโลกที่มีกว่า 7,000 ล้านคน ต้องใช้เวลาและงบประมาณมหาศาล รวมถึงแต่ละประเทศต้องมีการวางระบบบริหารจัดการเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงวัคซีนได้มากที่สุด

ประเทศในเอเชีย ได้มีการทดสอบและเริ่มฉีดวัคซีนให้กับประชาชนของตัวเอง เช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นจีน ญี่ปุ่น รวมถึงไทย แต่ยังคงติดตามผลทั้งประสิทธิภาพ และความปลอดภัยอย่างใกล้ชิด ที่สำคัญ การกลายพันธุ์ของไวรัสที่มีจุดเริ่มต้นในประเทศอังกฤษ เป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ และทำให้ผู้ผลิตวัคซีนจะต้องพัฒนาและปรับเปลี่ยนสูตรของวัคซีนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพมากขึ้น

## ความคืบหน้าการจัดหาวัคซีนให้คนไทย

สำหรับประเทศไทย รัฐบาลโดยกระทรวงสาธารณสุข ได้ลงนามในสัญญาการจัดหาวัคซีนโควิด 19 กับแอสตราเซนกา บริษัทผลิตวัคซีนสัญชาติอังกฤษ - สวีเดน วงเงินรวมกว่า 6,000 ล้านบาท คาดว่าจะจัดหาวัคซีนได้ 26 ล้านโดส ให้กับประชากร

กลุ่มเสี่ยงจำนวน 13 ล้านคน ในช่วงกลางปี 2564 โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานความร่วมมือให้บริษัท สยามไบโอไซเอนซ์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในพระปรมาภิไธย รับถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตวัคซีนโควิด 19 ดำเนินการบรรจุและแจกจ่ายให้กับประชาชน

## วัคซีนโดยคนไทย

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีการพัฒนาวัคซีนของตัวเอง เริ่มตั้งแต่การระบาดช่วงแรก ต้นปี 2563 ปัจจุบันมีการพัฒนาวัคซีนกว่า 20 ชนิด ที่มีความคืบหน้ามากที่สุด คือ วัคซีนชนิด mRNA และวัคซีนชนิด DNA วัคซีนชนิด mRNA เป็นชนิดเดียวกับที่บริษัทไฟเซอร์พัฒนา โดยศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางการวิจัยและพัฒนาวัคซีน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คาดว่าจะมีการทดสอบในมนุษย์ช่วงกลางปี 2564 หากได้ผลดี มีประสิทธิภาพในการต่อต้านไวรัสโควิด 19 จะแจกจ่ายให้ประชาชนทั่วไปในปี 2565

ขณะเดียวกัน บริษัท ไบยา ไฟโตฟาร์ม จำกัด บริษัทสตาร์ทอัพของไทย ที่เกิดจากคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้ศูนย์กลางนวัตกรรมแห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย (CU Innovation Hub) ผู้พัฒนาเทคนิคสกัดโปรตีนจากไบยาสูบ นำมาพัฒนาเป็นวัคซีนโควิด 19 และแอนติบอดีในการยับยั้งเชื้อไวรัส ประกาศระดมทุน 500 ล้านบาท โดยเชิญชวนคนไทย 1 ล้านคน บริจาคเงินคนละ 500 บาท ผ่านมูลนิธิ CU Enterprise จากเงินทุนตั้งต้นนี้ บริษัทคาดว่าจะสามารถผลิตวัคซีนเพื่อทดลองในมนุษย์ได้ในช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน 2564 โดยเป็นพันธมิตรกับองค์การเภสัชกรรมและบริษัท คินเจนไบโอเทค จำกัด

ผศ. ญ. ดร.สุริยา เดชคุณวุฒิ อาจารย์ประจำคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CEO และ co-founder ของบริษัท ไบยา ไฟโตฟาร์ม จำกัด กล่าวว่า ปัจจุบันมีการผลิตวัคซีนต้นแบบ 6 ชนิด ที่พร้อมนำมาทดสอบ ซึ่งหากประสบความสำเร็จ จะถือเป็นวัคซีนของคนไทย เพื่อคนไทย ทำให้ประชาชนเข้าถึงวัคซีนได้ในราคาไม่แพง และมีแผนผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย

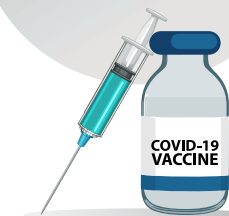
วัคซีนป้องกันโควิด 19 จึงเป็นความหวังของคนไทย รวมถึงคนทั่วโลกเพียงอย่างเดียว ในตอนนี้ ที่จะสามารถนำมาต่อสู้กับอันตรายของโรคระบาดที่เกิดขึ้นในครั้งนี้

## Timeline วัคซีนเพื่อคนไทย สู้ภัยโควิด 19

|                                                                        |                |                                                            |
|------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------------------------------------------|
| ก.พ. 64                                                                | SinoVac จากจีน | ส่งมอบ 2 แสนโดส                                            |
| มี.ค. 64                                                               | SinoVac จากจีน | ส่งมอบ 8 แสนโดส                                            |
| เม.ย. 64                                                               | SinoVac จากจีน | ส่งมอบ 1 ล้านโดส รวม 2 ล้านโดส                             |
| พ.ค. 64                                                                | AstraZeneca    | ผลิตเองในไทยผ่านการถ่ายทอดเทคโนโลยี เริ่มส่งมอบ 26 ล้านโดส |
| สั่งจัดหาเพิ่มอีก 35 ล้านโดส รวมเป็น 63 ล้านโดส จากเป้าหมาย 70 ล้านโดส |                |                                                            |

ที่มาข้อมูล : ศูนย์ข้อมูล COVID-19 ณ วันที่ 6 มกราคม 2564

ตั้งเป้าฉีดคนไทย  
70 ล้านโดส W/รี  
(หรือครึ่งหนึ่งของประชากร)



## แผนกลยุทธ์การบริหารจัดการ การให้วัคซีนและการกระจายวัคซีน ปี 2564 ของไทย แบ่งเป็น 2 ระยะ

- ระยะแรก**  
**ช่วงเดือน กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2564**  
วัคซีนมีจำนวนจำกัด 2 ล้านโดส เป็นวัคซีนของ บริษัท ซิโนแวค (Sinovac) เป้าหมายในพื้นที่จังหวัดควบคุมสูงสุดและเข้มงวด สำหรับ 5 กลุ่ม ได้แก่
- **กลุ่มที่ 1** บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขด่านหน้าทั้งภาครัฐและเอกชน
  - **กลุ่มที่ 2** ประชาชนที่มีโรคประจำตัว ได้แก่ โรคทางเดินหายใจเรื้อรังรุนแรง โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคไตวายเรื้อรัง โรคหลอดเลือดสมอง โรคเมะเร็งที่อยู่ในระหว่างเคมีบำบัด รังสีบำบัด ภูมิคุ้มกันบกพร่อง โรคเบาหวาน โรคอ้วน (น้ำหนักมากกว่า 100 กิโลกรัม หรือ BMI มากกว่า 35 กิโลกรัมต่อตารางเมตร)
  - **กลุ่มที่ 3** ประชาชนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป
  - **กลุ่มที่ 4** เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมโรคโควิด 19 ที่มีโอกาสสัมผัสผู้ป่วย
  - **กลุ่มที่ 5** ประชาชนทั่วไปและแรงงานในพื้นที่ระบาดของโควิด 19

- ระยะที่ 2**  
**ช่วงเดือน มิถุนายน - ธันวาคม 2564**  
วัคซีนที่ดำเนินการสั่งซื้อจากบริษัท แอสตราเซนกา (AstraZeneca) จำนวน 26 ล้านโดส และที่จองเพิ่ม 35 ล้านโดส
- กลุ่มเป้าหมาย :** เพื่อรักษาเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศ สร้างภูมิคุ้มกันให้ประชาชน และฟื้นฟูให้ประเทศกลับเข้าสู่ภาวะปกติ โดยจะมีโรงพยาบาลของรัฐและเอกชนร่วมให้บริการกว่า 1,000 แห่ง วางแผนฉีดวัคซีนเดือนละ 10 ล้านโดส ให้ครบจำนวน 63 ล้านโดส ภายในปี 2564

ที่มาข้อมูล : www.thairath.co.th ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2564



# รศ. ดร.ปิติ ศรีแสงนาม

## อุตสาหกรรมและการค้าไทยบน 4 คลื่นลูกใหม่ในเวทีการค้าโลก

ปี 2563 เป็นปีที่โควิด 19 เข้ามาสร้างความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ให้กับสภาพเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนสร้างวิถีชีวิตแบบใหม่ของประชาชนในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก และปี 2564 โลกยังต้องเผชิญกับสถานการณ์ของโควิด 19 อย่างต่อเนื่อง แม้จะมีความหวังมากขึ้นจากการผลิตวัคซีนป้องกันได้สำเร็จ แต่ระหว่างที่กำลังเผชิญกับโรคระบาดอยู่นี้ ประเทศไทยยังต้องเตรียมรับมือกับผลกระทบจากคลื่นลูกใหม่ 4 ด้านที่มาจากเวทีการค้าโลกอีกด้วย



ในทัศนะของ รศ. ดร.ปิติ ศรีแสงนาม ผู้อำนวยการ ศูนย์เศรษฐกิจระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มองว่า ในปี 2564 มี 4 ปัจจัยหลัก ที่จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มสำคัญต่อเวทีการค้าโลก ซึ่งประเทศไทยต้องเตรียมรับมือ

“แน่นอนว่าเหตุปัจจัยทั้งหมด เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงหลายด้านที่เกิดขึ้นในโลกนี้ รวมทั้งส่งผลกระทบต่อทิศทางการค้าโลกด้วย” รศ. ดร.ปิติระบุ

### Global Supply Chain และการเปลี่ยนดุลอำนาจในเวทีโลก

ปัจจัยแรก คือ การแพร่ระบาดของโควิด 19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานโลก (global supply chain) และถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของดุลอำนาจการค้าของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะจากประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ ทั้งจีนและสหรัฐฯ ที่มุ่งสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจภายในประเทศของตัวเอง อย่างนโยบาย Dual Circulation หรือยุทธศาสตร์วงจรคู่ขนานของจีน และนโยบาย America First ที่เกิดขึ้นในยุคของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ซึ่ง รศ. ดร.ปิติเห็นว่าจะเป็นนโยบายที่จะได้รับการสานต่อในสมัยของนายโจ ไบเดน ประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐฯ

“ในช่วง 4 ปีของทรัมป์กับนโยบาย America First ได้ประกาศตัดขาดจากโลก และประกาศสงครามการค้ากับประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะจีน ทำให้เกิดปัจจัยที่สอง คือ การเปลี่ยนของดุลอำนาจในเวทีโลก”

รศ. ดร.ปิตีกล่าวว่า หลังจากสิ้นสุดยุคสงครามเย็น นับตั้งแต่ต้นทศวรรษ 90 เป็นต้นมา โลกเข้าสู่ยุคขั้วอำนาจเดียวคือสหรัฐฯ ที่วางกฎระเบียบผ่านองค์กรต่าง ๆ ทั้งธนาคารโลก (World Bank) กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) แต่ด้วยนโยบาย America First ประธานาธิบดีทรัมป์ได้ตัดสหรัฐฯ ให้ขาดจากโลก ด้วยการประกาศสงครามการค้ากับประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะจีน จากที่เคยช่วยเหลือเกื้อกูลกันตลอด รวมทั้งประเทศอื่น ๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ต้องดิ้นรนหาประเทศพันธมิตรใหม่ เกิดยุคหลายขั้วมหาอำนาจ (multipolar era) ทั้งสหภาพยุโรป อาเซียน ซึ่งไทยต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

### การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยประการที่สาม เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีที่เข้ามาสร้างการเปลี่ยนแปลง (technology disruption) รศ. ดร.ปิตีกล่าวว่า “ปัจจุบันเราเห็นเทคโนโลยีที่เข้ามาเปลี่ยนโฉมหน้าการค้าโลกชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะบริษัทเทคโนโลยีรายใหญ่ที่มีความสามารถในการขึ้นตลาด ผังสหรัฐฯ อาทิ Apple Amazon Google หรือในฝั่งจีน อาทิ JD.com Alibaba WeChat

“เมื่อบริษัทเทคโนโลยีรายใหญ่พยายามผูกขาดตลาด ผ่านการสร้าง ecosystem เฉพาะของตัวเอง ทำการบิดเบือนตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายเล็ก ๆ โดยเฉพาะ SMEs

ความคืบหน้าข้อตกลงทางการค้าระหว่างไทยกับประเทศต่าง ๆ

#### Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)



อาเซียน + จีน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์



รัฐบาลไทยเตรียมเสนอรัฐสภาให้สัตยาบันความตกลง RCEP ภายในกลางปี 2564

#### Comprehensive and Progressive Trans-Pacific Partnership (CPTPP)



ญี่ปุ่น แคนาดา เม็กซิโก เปรู ชิลี ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน เวียดนาม



อยู่ในกระบวนการทางกฎหมายภายในประเทศเพื่อรับรองข้อตกลง CPTPP

#### Free Trade Area (FTA)

ไทย + สหภาพยุโรป  
ไทย + สมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป  
ไทย + สหราชอาณาจักร  
ไทย + สหภาพเศรษฐกิจยูเรเชีย  
อาเซียน + แคนาดา



อยู่ระหว่างเปิดการเจรจา

อาเซียน - จีน  
อาเซียน - อินเดีย  
อาเซียน - เกาหลีใต้  
อาเซียน - ออสเตรเลีย - นิวซีแลนด์



ปรับปรุงเงื่อนไข

ไทย + ตุรกี  
ไทย + ปากีสถาน  
ไทย + ศรีลังกา  
ไทย + BIMSTEC



ปิดการเจรจา



ให้ไม่สามารถเข้าแข่งขันได้ การกระทำของบริษัทเหล่านี้ที่สร้างผลกระทบต่อประชาชนจึงมีโอกาสที่จะถูก disrupt ด้วยเช่นกัน”

สำหรับปัจจัยสุดท้าย คือ การให้ความสำคัญกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก รศ. ปิติกล่าวว่า การค้าโลกยุคใหม่ต้องให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืน และจริยธรรม ซึ่งการพัฒนาตามแนวทางนี้อาจทำให้ต้นทุนการค้าเพิ่มสูงขึ้น ยกตัวอย่างเรื่องการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศสหรัฐฯ มีแหล่งน้ำมันจากหินดินดาน (Shale oil) ทำให้ช่วงที่ผ่านมาต้นทุนในการขนส่งต่ำโดยเฉพาะการขนส่งทางอากาศ แต่กระบวนการขุด Shale oil นี้ ทำลายธรรมชาติอย่างมากจึงต้องจับตาดูนโยบายของประธานาธิบดีโจ ไบเดน ซึ่งให้ความสำคัญ

กับสิ่งแวดล้อม แต่หากไม่สนับสนุน Shale oil ก็จะมีผลกระทบต่อราคาพลังงานในตลาดโลกพุ่งสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนของสินค้าสหรัฐฯเพิ่มสูงขึ้นด้วย

ขณะที่จีนมีโครงการพัฒนาเส้นทางสายไหมแห่งศตวรรษที่ 21 (Belt and Road Initiative : BRI) ที่รวมเอาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมทั้งถนน รางรถไฟ และท่าเรือ รวมถึงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษตลอดเส้นทางเพื่อเชื่อมต่อกับประเทศต่าง ๆ ถือเป็นระบบโลจิสติกส์ภาคพื้นดินสำคัญที่จะเชื่อมเอเชียและยุโรป ซึ่งจะย่นระยะเวลาการขนส่งสินค้าจากจีนถึงยุโรปเหลือไม่เกิน 18 วัน มีต้นทุนต่ำกว่าการขนส่งทางอากาศ และจะมีส่วนสำคัญในการพลิกโฉมการค้าของไทยในอนาคต

ทั้ง 4 ปัจจัย ถือเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการไทยที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้อง

กับนโยบาย กฎระเบียบทางการค้าใหม่ที่จะเกิดขึ้นนับจากนี้ แต่ในระยะสั้น โดยเฉพาะนโยบายของประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐฯ เชื่อว่า สงครามการค้ายังคงดำเนินต่อไป และต้องจับตาดูมาตรการระยะสั้น 3 เรื่องที่ต้องทำอย่างเร่งด่วน คือ การปรองดองคนในชาติ การแก้ปัญหาวิกฤตโควิด 19 และการกระตุ้นเศรษฐกิจของสหรัฐฯ หลังจากนั้นจะทำให้เงินดอลลาร์สหรัฐฯ อ่อนค่า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการค้าของไทยอย่างแน่นอน

### ไทยต้องเพิ่มแต้มต่อทางการค้า

สิ่งที่ รศ. ปิติให้ความเห็นเพิ่มเติมสำหรับการเข้ามาของประธานาธิบดีโจ ไบเดน คือ แนวโน้มการดำเนินนโยบาย “โตได้ด้วยจีน” ต่อเนื่องจากนายโดนัลด์ ทรัมป์ รวมทั้งต้องการเป็นผู้กำหนดกฎกติกาในการรวมกลุ่มความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ

“สหรัฐฯ จะไม่เข้าร่วมวงในเวทีการค้าระหว่างประเทศที่ตนเองไม่ได้เป็นผู้วางกฎกติกาตั้งแต่แรก แต่จะมองหาเวทีอื่น ๆ ซึ่งจากประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา และจากที่เริ่มมีการพูดถึงกันบ้างแล้ว คือ อินโด - แปซิฟิก” รศ. ปิติระบุ

นอกจากนี้ รัฐบาลไทยควรแสวงหาโอกาสความร่วมมือทางการค้าในทุกเวที ไม่ว่าจะเป็น RCEP CPTPP รวมถึงการเจรจา FTA กับประเทศต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นแต้มต่อทางการค้าระหว่างประเทศ และเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยผู้ประกอบการในเวทีการค้าโลก แต่สิ่งสำคัญที่สุด ไทยต้องเร่งปฏิรูปกฎหมายในประเทศที่จะสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของเอกชน แกไขกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคทางการค้า รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อม

“

สิ่งที่ประเทศไทยควรทำและต้องทำต่อไป คือการรักษาบทบาทในการเป็นผู้นำอาเซียน ใช้เวทีอาเซียนในการสร้างแต้มต่อทางการค้า รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ และเร่งเปิดเสรีภาคบริการเพิ่มเติม มุ่งเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรม 4 กลุ่มที่ถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทย”

////////////////////////////////////

ทางธุรกิจที่เหมาะสม เพื่อช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการ และเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภาคธุรกิจเพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มสูงขึ้น

“สิ่งที่ประเทศไทยควรทำ และต้องทำต่อไป คือการรักษาบทบาทในการเป็นผู้นำอาเซียน ใช้เวทีอาเซียนในการสร้างแต้มต่อทางการค้า รวมทั้งสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ และเร่งเปิดเสรีภาคบริการเพิ่มเติม รวมทั้งมุ่งเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรม 4 กลุ่มที่ถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทย”

### 4 อุตสาหกรรมไทยอนาคตไกล

สำหรับ 4 กลุ่มอุตสาหกรรมจุดแข็งของไทยที่ รศ. ปิติเห็นว่าจะมีบทบาทสำคัญในวงการการค้าโลก ประกอบด้วย

1. **อุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร** ที่ประเทศไทยมีความพร้อมทุกด้านตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ มีเทคโนโลยี เงินทุน มีประสบการณ์ รวมทั้งมีความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบที่ต้องเร่งส่งเสริมการค้า และขยายการลงทุนไปยังประเทศที่มีแรงงานสนับสนุน จะสร้างโอกาสทางการค้าได้มหาศาล

2. **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว** ที่ต้องยกระดับไปสู่ wellness industry การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ไม่ใช่แค่การมาท่องเที่ยว หรือมารักษา แต่ไม่ป่วยก็มาได้ เช่น อุตสาหกรรมเสริมความงาม ศัลยกรรม การดูแลสุขภาพ ซึ่งต้องเปิดเสรีวิชาชีพบางสาขา เช่น แพทย์

3. **อุตสาหกรรมสร้างสรรค์** การต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทางวัฒนธรรม

ชนบทธรรมเนียม ประเพณี และอาหารของไทยที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากคนทั่วโลก

4. **อุตสาหกรรมไฮเทค** ที่ไม่ใช่การผลิตฮาร์ดแวร์ แต่เป็นซอฟต์แวร์ เช่น เกมออนไลน์ การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่าง blockchain ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีถือเป็นเรื่องใหม่ ที่ทุกประเทศอยู่ในช่วงเริ่มต้น และประเทศไทยก็มีกลุ่มที่สนใจ

อย่างไรก็ตาม รศ. ปิติเห็นว่า อุตสาหกรรมและการค้าไทยบน 4 คลื่นลูกใหม่ในเวทีการค้าโลก ถือเป็นความท้าทายครั้งใหญ่ของประเทศไทย ซึ่งถ้าหากสามารถปรับตัวได้ดีและเท่าทันการเปลี่ยนแปลง ก็จะทำให้ประเทศไทยสามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนในระยะยาว





# รพท. ปรับหลักเกณฑ์และกระบวนการยื่นขอ Soft Loan เพื่อช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากโควิด 19

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นวงกว้างและการระบาดมีแนวโน้มรุนแรงและยาวนาน ในเดือนเมษายน 2563 ธนาคารแห่งประเทศไทย (รพท.) จึงได้มีมาตรการเพิ่มเติมเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs โดยออก “พระราชกำหนดการให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2563” เพื่อสนับสนุนสินเชื่อใหม่ (soft loan) ให้แก่ธุรกิจ SMEs วงเงินรวม 500,000 ล้านบาท เพื่อเสริมสภาพคล่อง อัตราดอกเบี้ย 2% ต่อปี เป็นระยะเวลา 2 ปี ซึ่งมีลูกหนี้ได้รับ soft loan ของ รพท. ไปแล้วจำนวน 74,251 ราย รวม 124,367 ล้านบาท (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2564)

อย่างไรก็ตามสถานการณ์แพร่ระบาดที่ยังคงรุนแรงและมีแนวโน้มยืดเยื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลต่อผู้ประกอบการในวงกว้างมากขึ้น ประกอบกับหลักเกณฑ์ที่มีอยู่บางส่วนยังอาจเป็นข้อจำกัดที่ทำให้ SMEs เข้าถึง soft loan ได้ยาก ดังนั้น ในช่วงปลายปี 2563 ที่ผ่านมา รพท. จึงได้ปรับปรุงหลักเกณฑ์และกระบวนการยื่นขอ soft loan ให้มีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับสถานการณ์และสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการได้มากขึ้น ดังนี้

**1. ยาวเวลาให้สถาบันการเงินยื่นขอ soft loan ต่อไปได้อีก 6 เดือน ถึงวันที่ 18 เมษายน 2564** จากเดิมที่ครบกำหนดในเดือนตุลาคม 2563

**2. ปรับหลักเกณฑ์คุณสมบัติของผู้ประกอบการ SMEs**

- เปิดให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) สามารถขอ soft loan ได้ด้วย (เดิมไม่ให้บริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ยื่นขอ) เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกหนี้ได้มากขึ้น
- ผ่อนคลายเกณฑ์การนับกลุ่มของบริษัทลูกหนี้ โดยปรับนิยามคำว่า “กลุ่มธุรกิจ” ซึ่งตามหลักเกณฑ์ต้องมีวงเงินสินเชื่อรวมกันไม่เกิน 500 ล้านบาท จึงจะสามารถยื่นขอ soft loan ได้ โดยให้แยกบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลออกจากกัน และปรับการนับ

ความเกี่ยวข้องของบริษัทในกลุ่มธุรกิจจากเดิมที่ต้องนับทุกทอด ให้เหลือเพียงลำดับเดียวและนับเฉพาะกรณีที่ถือหุ้นเกิน 50% เท่านั้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีธุรกิจในกลุ่มหลายบริษัท มีโอกาสเข้าถึง soft loan ได้มากขึ้น

**3. ให้ผู้ประกอบการ SMEs แต่ละรายสามารถยื่นขอ soft loan ได้ 2 ครั้ง**

จากเดิมที่กำหนดให้ยื่นขอได้เพียงครั้งเดียว เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs ที่ได้รับ soft loan ครั้งแรกแต่ยังไม่ครบตามสิทธิ์ (20% ของยอดสินเชื่อคงค้าง ณ สิ้นปี 2562) สามารถยื่นขอ soft loan เพิ่มได้อีกครั้ง

นอกจากนี้ รพท. ยังได้ประสานงานกับกระทรวงการคลังเพื่อจัดให้มีโครงการค้ำประกันสินเชื่อ soft loan plus ของบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) วงเงิน 57,000 ล้านบาท เพื่อรองรับการให้ soft loan ของสถาบันการเงินซึ่งจะสามารถให้สินเชื่อแก่ SMEs ได้ยาวนาน สอดรับกับสถานการณ์โควิด 19 ที่มีแนวโน้มยืดเยื้อ ทั้งนี้ คาดว่าการปรับปรุงหลักเกณฑ์และกระบวนการยื่นขอ soft loan ดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าถึง soft loan ได้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยเหลือบรรเทาผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจและการระบาดของโควิด 19 ได้ในระดับหนึ่ง

ปรับปรุงเกณฑ์สินเชื่อ soft loan เพิ่มโอกาส SMEs เข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้น

## 1. แก้นิยามกลุ่มธุรกิจ

แยกนิติบุคคล กับบุคคลธรรมดาออกจากกัน และนับความสัมพันธ์เพียงลำดับเดียว (มีผลบังคับใช้ 1 ม.ค. 64)

รองรับบริษัทที่มีหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาด MAI (มีผลบังคับใช้ 19 ต.ค. 63)



สามารถยื่นขอ soft loan ได้ไม่เกิน 500 ล้านบาท

✓ soft loan ได้

บริษัท A (บริษัทแม่)

ถือหุ้นบริษัท B > 50%

บริษัท B (บริษัทลูกของ A)

✓ soft loan ได้

บริษัท C (บริษัทลูกของ B)

← ไม่รับ soft loan ในกรณีนี้

## 2. ลูกหนี้สามารถกู้ soft loan ได้ 2 ครั้ง จากเดิม 1 ครั้ง

(มีผลบังคับใช้ 1 ม.ค. 64)

- ✓ ฟรีดอกเบี้ย 6 เดือนแรก สำหรับการกู้ถึง 2 ครั้ง
- ✓ ดอกเบี้ย 2% นาน 2 ปี
- ✓ มีวงเงินสินเชื่อรวมไม่เกิน 500 ล้านบาท ต่อสถาบันการเงิน
- ✓ สินเชื่อ soft loan วงเงินไม่เกิน 20% ของยอดหนี้คงค้าง ณ วันที่ 31 ธ.ค. 62

## 3. ยาวเวลาการให้สินเชื่อไม่เกินวันที่ 18 เม.ย. 64

(มีผลบังคับใช้ 19 ต.ค. 63)

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (ศคง.) โทร. 1213

Bank of Thailand

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย



# DIGITAL FACTORING

## ทางเลือกสภาพคล่องสำหรับ SMEs รายย่อย

เมื่อลองนึกถึงบริษัทของเศรษฐกิจไทย บสรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ครองสัดส่วนถึง 99% ของวิสาหกิจทั้งหมด คงจะเปรียบได้กับต้นไม้ที่กำลังเติบโตอย่างสง่างาม กว่าภายในหมู่แมกไม้นั้นยังมีต้นกล้าเล็ก ๆ ปะปนอยู่ด้วย ซึ่งสังเกตได้ง่ายจากขนาดที่เล็กกว่าเพื่อน จึงอาจไม่ได้รับน้ำหรือแสงแดดมากพอ ทำให้ไม่สามารถเติบโตได้อย่างที่ควรจะเป็น แม้จะพยายามแค่ไหนก็ไม่สามารถสู้ต้นไม้สูงใหญ่ ในหน้าที่มีโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรเหล่านี้ได้ดีกว่า



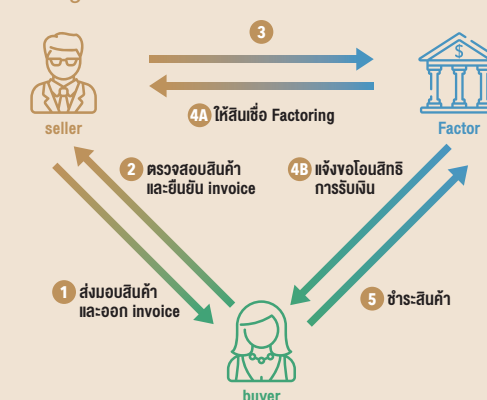
### ปัญหาสภาพคล่องของ SMEs

ต้นกล้าเล็ก ๆ ที่กล่าวถึงเปรียบได้กับ SMEs ที่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม คือ รายได้ต่อปีไม่ถึง 100 ล้านบาท ซึ่งถือว่าขนาดเล็กกว่า SMEs ขนาดกลางอย่างเห็นได้ชัด ทำให้ SMEs ขนาดย่อมเหล่านี้ต้องดำเนินธุรกิจในช่วงจำกัด เพราะด้วยสินทรัพย์ค้ำประกันไม่มากนักหรือแทบไม่มีเลย รวมถึงการไม่มีคู่ค้าโดยตรงกับบริษัทขนาดใหญ่ จึงถูกจัดเป็นกิจการที่มีความเสี่ยงสูงและมักไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้ โดยเฉพาะเมื่อต้องการเงินทุนหมุนเวียนระหว่างที่รอรับเงินสดตามเทอมการค้า ทำให้วิสาหกิจเหล่านี้ไม่สามารถเข้าถึงสภาพคล่องที่จะช่วยให้ขยายการผลิตได้ตามศักยภาพ แม้ว่าจะมีเครื่องมือเข้าถึงสภาพคล่องอย่างบริการ Factoring ที่เปิดโอกาสให้ผู้ขาย (SMEs ที่เป็น seller) ใช้เพียง “ใบแจ้งหนี้” ที่ออกให้กับผู้ซื้อ (คู่ค้าที่เป็น buyer) เพื่อเรียกเก็บเงินหลังจากที่ได้ส่งมอบสินค้าแล้ว มาใช้เป็นเอกสารขอสินเชื่อ โดยมีรายรับที่จะ

เกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้าเป็นหลักประกันได้ก็ตาม แต่ก็ยังไม่มีการใช้ Factoring อย่างแพร่หลายนัก

สาเหตุหนึ่งอาจเป็นเพราะ SMEs ผู้ขายยังไม่รู้จักการเข้าถึงเครื่องมือนี้ แต่ปัญหาที่สำคัญกว่านั้นคือ ผู้ให้บริการสินเชื่อ Factoring และผู้ซื้อที่ยังไม่มีแรงจูงใจที่ช่วยแก้ปัญหาสภาพคล่องให้กับ SMEs ผู้ขายเหล่านั้น รวมถึงยังคงไม่มั่นใจในความสามารถในการทำธุรกิจของวิสาหกิจ ยิ่งไปกว่านั้นทางฝั่งผู้ซื้อเองก็ไม่มีแรงจูงใจในการรับภาระที่ต้องยืนยันความถูกต้องของใบแจ้งหนี้ ซึ่งปัญหาหลัก ๆ จะอยู่ที่ฝั่งผู้ให้บริการ Factoring มีความกังวลใน 2 เรื่อง ได้แก่ (1) ปัญหาการฉ้อโกงปลอมแปลงเอกสาร (fraud) และ (2) การยื่นขอสินเชื่อซ้ำซ้อน (double financing) ซึ่งอุปสรรคดังกล่าวล้วนสะท้อนให้เห็นถึงระบบนิเวศที่ไม่มีประสิทธิภาพและไม่เอื้อต่อการเสริมสภาพคล่องให้แก่ SMEs เท่าที่ควร

Factoring คือ การให้สินเชื่อโดยมีใบแจ้งหนี้เป็นหลักประกัน



- 1 SMEs ผู้ขายสินค้า (seller) ส่งมอบสินค้า และออกใบแจ้งหนี้ (invoice) ให้บริษัทผู้ซื้อสินค้า (buyer) เพื่อเรียกเก็บเงิน
- 2 buyer ตรวจสอบสินค้า และยืนยันความถูกต้องของ invoice กับ seller
- 3 seller นำ invoice มาขอสินเชื่อจากผู้ให้บริการ Factoring (Factor) ที่เป็นสถาบันการเงินและ non-bank เพื่อเปลี่ยนเป็นกระแสเงินสดหมุนเวียนในกิจการระหว่างที่รอ buyer ชำระเงิน (ตามเงื่อนไขการชำระเงินตามที่ตกลงกัน เช่น 30 - 180 วัน)
- 4A หากผ่านการพิจารณา Factor จะให้สินเชื่อ Factoring แก่ seller
- 4B Factor แจ้งการโอนสิทธิ์การรับเงินแก่ buyer
- 5 buyer ชำระค่าสินค้าแก่ Factor เมื่อครบกำหนดตาม invoice

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย



## แก้ปัญหาด้วย Digital Factoring

รพท. จึงได้พัฒนาระบบนิเวศดิจิทัล (digital ecosystem) สำหรับการให้บริการ Digital Factoring ร่วมกับภาคเอกชนและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) และบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เพื่อยกระดับบริการ Factoring ด้วยเทคโนโลยีที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรม และคลายความกังวลที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการ Factoring ที่มีอยู่เดิม โดยยึด 2 หลักการ ได้แก่ (1) “open architecture” เปิดให้มีผู้ให้บริการทั้งที่เป็นสถาบันการเงินและมีใช่สถาบันการเงิน และ (2) “customer centric with balanced incentives” สร้างแรงจูงใจให้ทั้งผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ให้บริการ Digital Factoring เห็นประโยชน์และพร้อมขับเคลื่อนธุรกรรมให้เกิดผลสำเร็จ และมีองค์ประกอบภายใน digital ecosystem ที่ทำให้ธุรกรรม Digital Factoring มีความ



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

ต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มจนจบกระบวนการ ซึ่งระบบนิเวศนี้จะสนับสนุนการเติบโตให้ต้นกล้าขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและอาจกลายเป็นต้นไม้อุ่นที่สง่างามในอนาคต

## สร้างบ้านที่ปลอดภัยด้วย “โครงสร้างพื้นฐานกลาง”

ด้วยความตั้งใจที่จะคลายทุกความกังวลของผู้ให้บริการ Factoring รพท. จึงสร้างโครงสร้างพื้นฐานกลางที่มีต้นทุนต่ำ เข้าถึงง่าย และปลอดภัย เพื่อยกระดับธุรกรรม Factoring ให้เกิดขึ้นในรูปแบบดิจิทัลด้วย

(1) ฐานข้อมูล Central Web Service (CWS) โดยจะบันทึกและตรวจสอบสถานะ

ของใบแจ้งหนี้ เพื่อลดความเสี่ยงในการขอสินเชื่อซ้ำซ้อน อีกทั้งยังเปิดกว้างตามหลักการ open architecture โดยไม่จำกัดว่าผู้ที่มาเชื่อมต่อจะต้องเป็นผู้ให้บริการ Factoring แบบดั้งเดิมเท่านั้น แต่เปิดโอกาสให้ใช้ฐานข้อมูล CWS เชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มที่ทำหน้าที่เป็น marketplace สำหรับสินเชื่อ Factoring ซึ่งจะสนับสนุนให้มีการแข่งขันของผู้ให้บริการ ทั้งด้านเงื่อนไขการให้สินเชื่อและด้านราคา

(2) มาตรฐานใบแจ้งหนี้ดิจิทัล (digital invoice) สำหรับธุรกรรม Factoring มีเป้าหมายที่จะขจัดปัญหาการฉ้อโกงออกจากระบบด้วยการลดความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลง

ข้อมูล เพิ่มประสิทธิภาพในการส่งต่อเอกสารได้อย่างสะดวก และยืนยันความถูกต้องของใบแจ้งหนี้ดิจิทัลด้วย digital signature ซึ่งใบแจ้งหนี้ดิจิทัลนี้ สามารถทำผ่านระบบบัญชีออนไลน์หรือผ่านเว็บไซต์กลางของผู้ให้บริการ

## เสริมความมั่นใจด้วย “ระบบสนับสนุน”

ระบบ Digital Factoring มีกระบวนการที่สนับสนุนให้ครอบคลุมทุกขั้นตอนของการขอสินเชื่อ Digital Factoring ไว้ด้วยกัน เพื่อให้กระบวนการอนุมัติเรียบร้อยไร้รอยต่อ ไม่ว่าจะเป็นระบบการรู้จักตัวตนลูกค้า (Know Your Customer: KYC) เพื่อพิสูจน์ตัวตนว่ามีจริงและป้องกันการแอบอ้างบุคคลอื่น ระบบบัญชีออนไลน์ (online accounting / Enterprise Resource Planning: ERP) ระบบชำระเงินดิจิทัล และการโอนสิทธิอัตโนมัติเพื่อลดภาระของผู้ซื้อ รวมถึงการทำประกันภัยการส่งมอบสินค้าและบริการ และการค้าประกันธุรกรรม Digital Factoring ให้กับผู้ให้บริการสินเชื่อ Digital Factoring โดย บสย.

เทคโนโลยีเข้ามาสร้างแรงจูงใจ และคาดว่าจะชนะใจทุกฝ่ายด้วยระบบนิเวศดิจิทัลที่สมบูรณ์ รพท. หวังเป็นอย่างยิ่งว่า การร่วมกันพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลสำหรับธุรกรรม Digital Factoring ด้วยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน จะช่วยให้ SMEs ไทยเติบโตเป็นต้นไม้อุ่นได้ตามศักยภาพและช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยต่อไป โดยคาดว่าจะเริ่มใช้ระบบดังกล่าวภายในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 นี้ ยิ่งไปกว่านั้น เชื่อว่าเทคโนโลยีเหล่านี้จะเป็นแรงส่งให้ SMEs รายย่อยได้เปิดรับนวัตกรรมใหม่ ๆ และพัฒนาตนเองเพื่อรองรับเศรษฐกิจดิจิทัลที่จะมีบทบาทเพิ่มขึ้นในอนาคต 🌱

SMEs ขนาดย่อม ตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 นิยามของ SMEs แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่



1 วิสาหกิจขนาดย่อม (small enterprise) คือ กิจการที่มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 100 ล้านบาท จ้างงานไม่เกิน 100 คน (การผลิต) หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 50 ล้านบาท จ้างงานไม่เกิน 30 คน (บริการ ค้าส่ง ค้าปลีก)

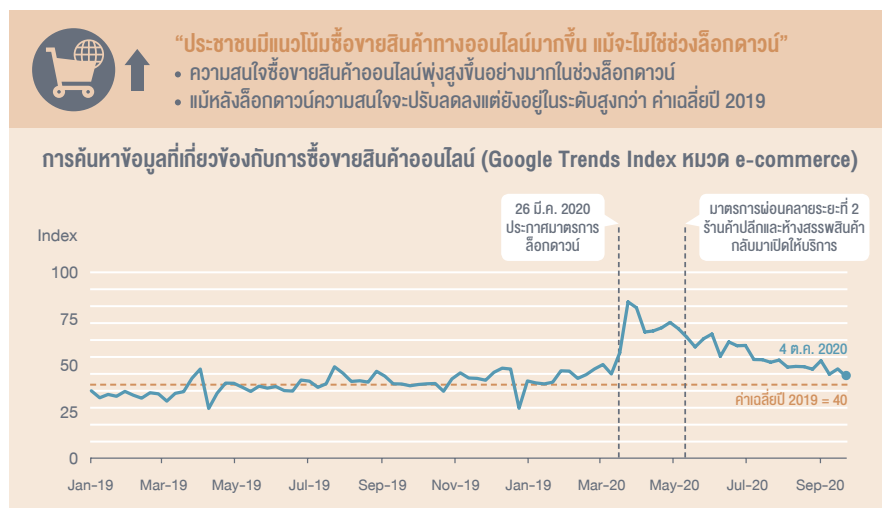


2 วิสาหกิจขนาดกลาง (medium enterprise) คือ กิจการที่มีรายได้ต่อปีระหว่าง 100 - 500 ล้านบาท จ้างงานตั้งแต่ 51 - 300 คน (การผลิต) หรือมีรายได้ต่อปีระหว่าง 50 - 200 ล้านบาท จ้างงานตั้งแต่ 31 - 200 คน (บริการ ค้าส่ง ค้าปลีก)



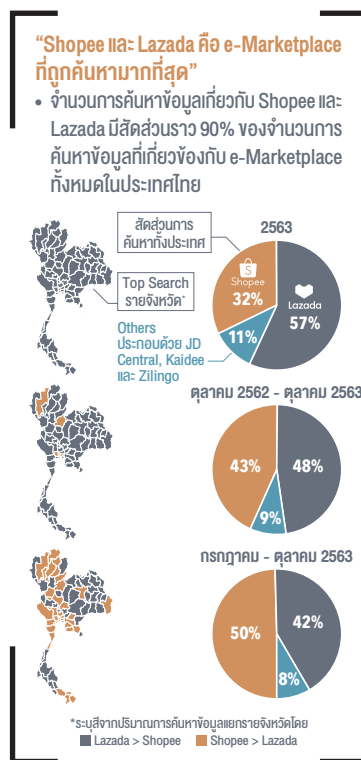
# ส่องเทรนด์การค้าออนไลน์ไทย จากวิกฤตโควิด 19

ปี 2563 ที่ผ่านมา การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 เข้ามาเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกในการจับจ่ายสินค้าที่ง่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัส คอลัมน์ The Knowledge ฉบับนี้ จะรวบรวมสถิติที่น่าสนใจเกี่ยวกับการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ได้กลายมาเป็น “ความปกติใหม่” สำหรับพวกเราไปแล้วเรียบร้อย



## e-Marketplace

ช่องทางที่ชาวช้อปออนไลน์คุ้นเคยกันเป็นอย่างดี คือ e-Marketplace เป็นการนำสินค้าไปขายบนเว็บไซต์สื่อกลางในการซื้อ - ขายออนไลน์ ที่รวมร้านค้าหลายแห่งไว้ในที่เดียว อาทิ Shopee Lazada JD Central Kaidee และ Zilingo ซึ่งล้วนแต่เป็นช่องทางที่ค้นหาได้ง่าย มีการเปรียบเทียบราคา และวิจจจากผู้ใช้งานจริงเพื่อประกอบการตัดสินใจ ข้อมูลที่น่าสนใจพบว่า ในปี 2020 ที่ผ่านมา Shopee และ Lazada คือ e-Marketplace ที่ถูกค้นหามากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนราว 90% จากการค้นหา e-Marketplace ทั้งหมดในไทย

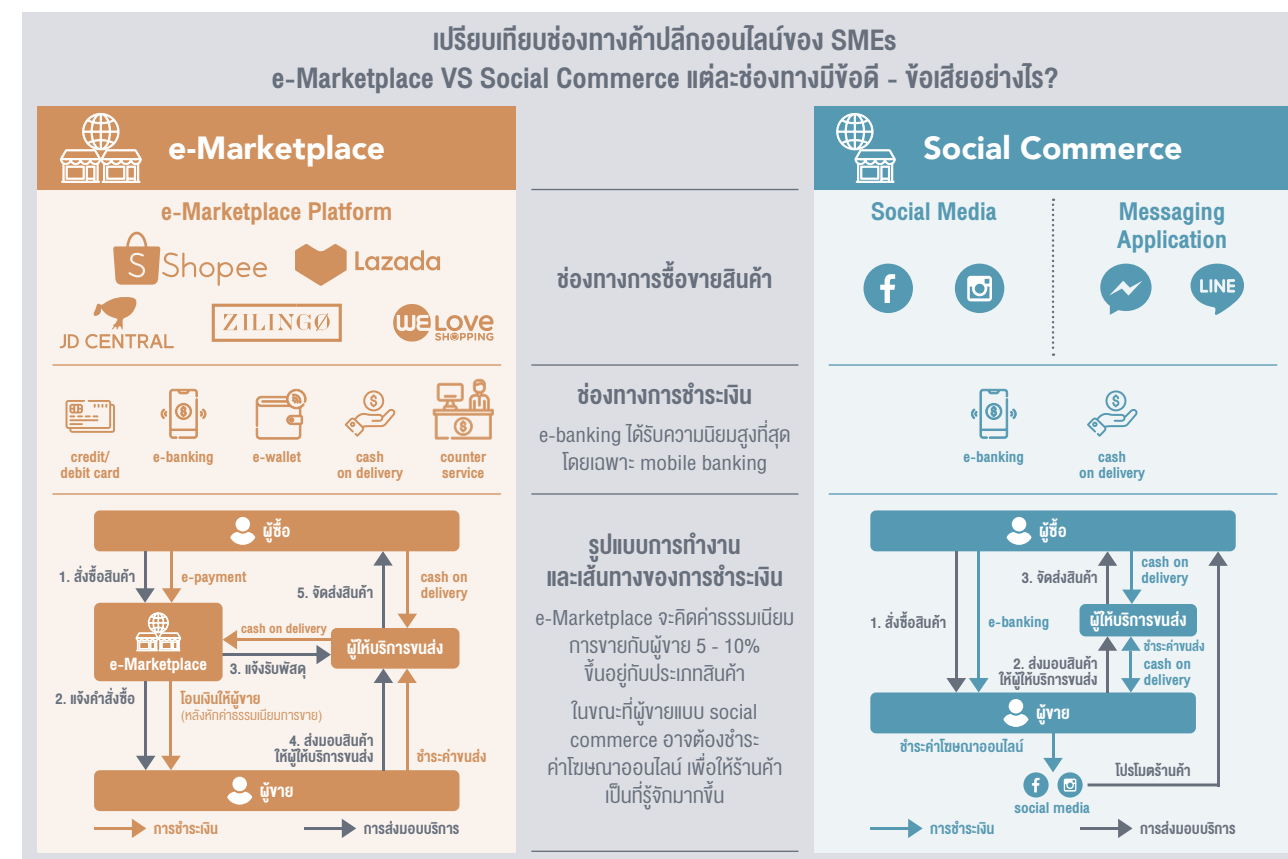


หมายเหตุ : ข้อมูล Google Trends Index เป็นการสะท้อนถึงแนวโน้มในการค้นหาข้อมูลผ่าน Google เท่านั้น โดยไม่ได้สะท้อนถึงการซื้อขายจริง

## Social Commerce

ก่อนวิกฤตโควิด 19 เรายังไม่เคยใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียในการทำ live ขายอย่างจริงจัง ส่วนใหญ่จะใช้ในการสื่อสารและติดต่อสอบถาม แต่เมื่อมีโควิด 19 เข้ามากลับกลายเป็นว่าธุรกิจและแบรนด์ต่าง ๆ เริ่มมีการทำ social commerce กันมากขึ้น ผ่านการให้พนักงาน live

แนะนำสินค้า เพื่อดึงให้ลูกค้ามา chat to shop ทำให้การซื้อของเป็นเรื่องสนุก ตื่นเต้น และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ขายโดยตรงแบบเรียลไทม์ จึงทำให้การทำตลาดแบบ social commerce ได้รับความนิยมจากชาวช้อปทั้งหลายมากขึ้น กตจงกันเร็ว ๆ



โดยทั้งสองช่องทางมีข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกันไป ทำให้ในปัจจุบันร้านค้าออนไลน์ทั้งขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก นิยมวางขายสินค้าผ่านทั้ง 2 ช่องทาง

สำหรับร้านค้าและผู้ประกอบการในยุคออนไลน์เช่นนี้ การจะอยู่รอดได้นอกจากจะต้องปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยีและช่องทางที่เปลี่ยนไปแล้ว หัวใจสำคัญยังคงอยู่ที่คุณภาพสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน รวมถึงการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ที่จะสามารถสร้างความแตกต่างทำให้แบรนด์เป็นที่จดจำ และครองใจลูกค้าได้ในที่สุด

## e-Marketplace

### ข้อดี

1. มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่บนแพลตฟอร์มอยู่แล้ว
2. มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย
3. มีระบบเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการขนส่งโดยตรง
4. มีกิจกรรมส่งเสริมการขายบนแพลตฟอร์ม
5. มีระบบจัดการออเดอร์สำหรับผู้ขาย

### ข้อเสีย

1. มีการแข่งขันด้านราคาสูง เนื่องจากมีสินค้าประเภทเดียวกันขายบนแพลตฟอร์มจำนวนมาก
2. ผู้ขายต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการขายราว 5 - 10% ของราคาสินค้าที่ขายทุกรายการ

## Social Commerce

### ข้อดี

1. ร้านค้าไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมการขาย
2. ความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ
3. มีการแข่งขันด้านราคาต่ำกว่า เนื่องจากไม่ต้องแข่งขันกับร้านค้าจำนวนมากบนแพลตฟอร์ม

### ข้อเสีย

1. ใช้เวลาและเงินทุนในการสร้างฐานลูกค้า
2. ช่องทางการชำระเงินมีจำกัด
3. ผู้ขายต้องวางระบบจัดการออเดอร์ด้วยตนเอง

ที่มาข้อมูลเพิ่มเติม : creativetalklive.com // www.marketingoops.com



# ทรานส์ฟอร์มลงทุนไทยอย่างไร? ให้ออกจากดักแด็กกลายเป็นเสือ



ในภาวะวิกฤตที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ลดลงมาก โดยเฉพาะการลงทุนของทุกประเทศที่เหมือนนอนในระยะดักแด้ซึ่งอยู่ในภาวะจำศีล แต่สำหรับประเทศไทยถือว่าเผชิญความท้าทายที่มากกว่านั้น เพราะในช่วงก่อนหน้าประเทศไทยก็เติบโตในอัตราต่ำอยู่แล้ว ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการลงทุนที่อยู่ในระดับต่ำมาเป็นเวลานาน “การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจด้านการลงทุน” จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวและกลับมาเติบโตได้เต็มศักยภาพ (potential growth) ในโลกหลังโควิด 19 บทความนี้จะชวนท่านผู้อ่านเจาะลึกเรื่องการปรับโครงสร้างการลงทุนของประเทศว่าควรเดินไปในทิศทางใด

**ประการแรก** ในภาพรวม ไทยจำเป็นต้องเพิ่มขนาดการลงทุนในประเทศ โดยตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยเติบโตในอัตราที่ลดลงตามลำดับ สาเหตุหนึ่งมาจากการลงทุนที่ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น เมื่อคำนึงถึงปัจจัยเชิงโครงสร้างของประเทศ ซึ่งส่งผลให้ผลิตภาพการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของประเทศลดลง โดยงานวิจัยของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) พบว่าในระยะข้างหน้า ไทยจำเป็นต้องลงทุนต่อเนื่อง

จนสัดส่วนการลงทุนต่อ GDP เพิ่มขึ้นอีกประมาณ 4% จาก 23% ในปี 2562 เป็น 27% เพื่อให้หลุดจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางในอีก 15 ปีข้างหน้า

**ประการที่สอง** ไทยต้องเน้นคุณภาพการลงทุนให้ตรงจุด ให้สอดคล้องกับบริบทโลกใหม่ที่ต้องเผชิญในระยะข้างหน้าภายใต้ทรัพยากรทางการเงินจำกัด โดยในระยะเริ่มต้นที่ภาคเอกชนส่วนใหญ่ยังคงต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อให้

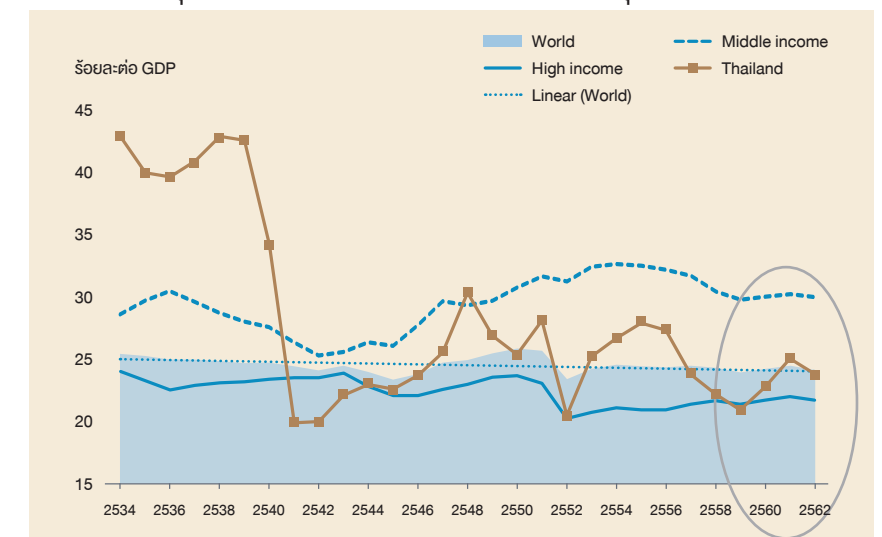
รอดพ้นจากวิกฤตโควิด 19 และไม่สามารถขับเคลื่อนการลงทุนของประเทศได้อย่างเต็มที่ ภาครัฐจึงจำเป็นต้องมีบทบาทหลักในการปรับโครงสร้างการลงทุน ด้วยการผลักดันและเร่งให้เกิดการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่เสริมสร้างศักยภาพการเติบโตให้กับเศรษฐกิจไทย (strategic investment) ให้เท่าทันและสอดคล้องกับกระแสโลกใหม่ รวมทั้งจูงใจให้ภาคเอกชนลงทุนตาม (crowding-in effects) ได้แก่

1. การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล ทั้งด้าน hardware และ software ที่ผ่านมา ภาครัฐได้เร่งให้เกิดการประมูลเพื่อลงทุนในโครงข่ายโทรคมนาคม 5G ทำให้ปัจจุบันบริษัทโทรคมนาคมของเอกชนกำลังดำเนินการลงทุนตามแผน นับว่าเป็นเพียงไม่กี่ธุรกิจที่ยังคงมีการลงทุนแม้อยู่ในภาวะวิกฤตโควิด 19 อย่างไรก็ตาม นอกจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่เป็น hardware แล้ว ภาครัฐควรพิจารณาลงทุนในด้าน software เพื่อให้การใช้ทรัพยากรของประเทศเกิดประสิทธิภาพ

สูงสุดด้วย เช่น การบูรณาการระบบฐานข้อมูลภาครัฐ (e-government) ที่มาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับการทำธุรกิจ และทำให้ภาครัฐสามารถวิเคราะห์การให้นโยบายความช่วยเหลือประชาชนได้อย่างตรงจุด การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยจับคู่ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างในระบบ รวมถึงอาจขยายความครอบคลุมไปจนถึงการหางานในระดับตำบล หรือหมู่บ้านที่เป็น self-employed ด้วย และการสร้างแพลตฟอร์มช่วยให้ประชาชนหรือ SMEs สามารถขายของออนไลน์ด้วยต้นทุนที่ต่ำ ปิดช่องว่างแพลตฟอร์มในปัจจุบันที่ดำเนินการโดยเอกชน

2. การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง ทั้งทางบก ราง น้ำ และอากาศ ให้เชื่อมโยงกันอย่างทั่วถึง เพื่อช่วยลดต้นทุนและลดเวลาในการขนส่งสินค้าและการเดินทาง ซึ่งปัจจุบันภาครัฐได้วางยุทธศาสตร์การลงทุนในส่วนนี้ไว้แล้ว แต่ความท้าทายอยู่ที่การผลักดันให้เกิดขึ้นจริงตามแผน

## สัดส่วนการลงทุนต่อ GDP ของไทยเทียบกับประเทศในแต่ละกลุ่มรายได้



ที่มา : World Bank และงานศึกษาของ สปท. เรื่อง “พลิกวิกฤตเป็นโอกาส : ลงทุนอย่างไรให้เติบโตอย่างยั่งยืนในหลัง COVID-19” โดย พิรญาณ์ รณภาพ, เกรียงเกียรติ พรหมอินทร์ และกณิณท์ จันทองวีรศิลป์





“

ไทยต้องลงทุนในทุนมนุษย์ (human capital) โดยเฉพาะการยกระดับทักษะด้านดิจิทัลให้กับแรงงาน ซึ่งจำเป็นอย่างมากในอนาคต คงไม่เป็นประโยชน์นัก หากภาครัฐและเอกชนเร่งลงทุนด้านดิจิทัลอย่างเต็มที่ แต่ภาคแรงงานกลับขาดทักษะ”

อย่างเต็มที่ แต่ภาคแรงงานกลับขาดทักษะ รวมถึงไม่สามารถปรับตัวและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเหล่านี้ได้ นอกจากนี้ แรงงานที่ขาดทักษะด้านดิจิทัลก็อาจได้รับผลกระทบเชิงลบจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ทดแทนแรงงานในภาคธุรกิจซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ในอนาคตด้วย

การจัดอันดับทักษะด้านดิจิทัลของ 133 ประเทศในรายงาน Network Readiness Index ปี 2563 ของ Portulans Institute สะท้อนให้เห็นว่า ทักษะด้านดิจิทัลของคนไทยในปัจจุบันยังต่ำอยู่เมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาค โดยอยู่ในอันดับที่ 63 เทียบกับสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซียที่อยู่ในอันดับ 5 10 และ 49 ตามลำดับ

โดยสรุป ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ การลงทุนของทุกประเทศอยู่ในภาวะจำศีล เปรียบเสมือนหนอนที่อยู่ในดักแด้ ความท้าทายของผู้วางนโยบาย คือ ทำอย่างไรให้ไทยออกจากดักแด้แล้วจะไม่เป็นเพียงผีเสื้อ แต่ต้องทรานส์ฟอร์มเป็นเสื้อที่แข็งแรงเพื่อแข่งขันได้ในโลกอนาคต ปัจจัยสำคัญจึงขึ้นอยู่กับว่า ผู้วางนโยบายจะให้อาหารอะไรเข้าไปในดักแด้ในช่วงจำศีล ซึ่ง “การปรับโครงสร้างการลงทุน” คือคำตอบดังกล่าว

อีกทั้งยังถือเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนที่ต้องช่วยกันขับเคลื่อน ภายใต้ทรัพยากรทางการเงินที่มีจำกัดและในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ภาครัฐควรมุ่งลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นยุทธศาสตร์และเชื่อมโยงกันอย่างทั่วถึง โดยคำนึงถึงทั้งขนาดที่เพียงพอและคุณภาพการลงทุนที่ตรงจุด ควบคู่ไปกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับโลกใหม่ ซึ่งจะทำให้ผลิตภาพการผลิต การจ้างงาน และรายได้ของแรงงานในภาพรวมของประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนลงทุนตามในระยะปานกลางและระยะยาว

\*หมายเหตุ : บทความนี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของธนาคารแห่งประเทศไทย

## รปท. ปรับกระบวนทัพ รับ New Landscape

ในวันที่โลกหมุนไปอย่างรวดเร็วจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี รวมถึงตัวกระตุ้นสำคัญอย่างวิกฤตโควิด 19 ทำให้วันนี้ผู้ประกอบการ ห้างร้าน บริษัทชั้นนำ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ต่างก็ต้องปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อให้ทันกับพฤติกรรมและความคาดหวังของสังคมที่เปลี่ยนไป หน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลภาคการเงินการธนาคารอย่างธนาคารแห่งประเทศไทย (รปท.) ก็จำเป็นต้องปรับลักษณะการทำงานด้วยเช่นกัน วันนี้จึงขอพาทุกท่านมารู้จักกับทีมงานส่วนหนึ่งที่ รปท. ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นกระบวนทัพใหม่ไว้รองรับ new landscape



### 1. ด้านระบบการชำระสินดิจิทัล

กลุ่มงานแรกที่ถูกจัดตั้งขึ้น คือ ด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล ซึ่งมีทั้งการปรับรูปแบบตั้งแต่การแตกกลุ่มออกมาจากหน่วยงานเดิม และการจัดตั้งขึ้นใหม่เพื่อให้เท่าทันสภาพเศรษฐกิจ สังคม และโลกการเงินที่เปลี่ยนไป

### FinTech

เป็นฝ่ายงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน โดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจและประชาชน รวมถึงมีการจัดตั้ง regulatory sandbox เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจทั้งที่

เป็นสถาบันการเงินและไม่ใช่อสถาบันการเงิน (non-Bank) สามารถทดสอบการให้บริการด้วยเทคโนโลยีใหม่กับลูกค้าจริงได้ในวงจำกัด ภายใต้หลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน (2) การดูแลความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และ (3) การคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเหมาะสม เช่น การชำระเงินด้วยมาตรฐาน Thai QR code การใช้เทคโนโลยี Biometrics ในกระบวนการพิสูจน์ยืนยันตัวตนลูกค้า การพิสูจน์ยืนยันตัวตนข้ามหน่วยงานผ่านแพลตฟอร์ม National Digital Identity (NDID) และการให้บริการหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ (electronics Letter of Guarantee: e-LG) บนระบบ blockchain ซึ่งจะพัฒนาไปเป็นโครงสร้างพื้นฐานหรือมาตรฐานกลางของการทำธุรกรรมทางการเงินที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

### Digital Currency

รูปแบบของการใช้เงินที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ “สกุลเงินดิจิทัล” จะมีบทบาทอย่างมากในกิจกรรมทางการเงินในอนาคต สกุลเงินดิจิทัลไม่ใช่แค่เพียงเพิ่มประสิทธิภาพด้านการชำระเงิน แต่ยังก่อให้เกิดการเข้าถึงการบริการนวัตกรรม ตลอดจนก่อให้เกิดผู้เล่นและบริการที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม สกุลเงินดิจิทัลยังส่งผลกระทบต่อดำเนินนโยบายและเสถียรภาพระบบการเงินเช่นกัน พันธกิจของ Digital Currency Team (DCT) ของ รปท. มีบทบาททั้งด้านการกำหนดนโยบายร่วมกับฝ่ายงานต่าง ๆ ในการกำกับดูแลสกุลเงินที่ออกโดยภาคเอกชน (Private Digital Currency) และด้านการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง (Central Bank Digital Currency: CBDC) อย่างโครงการอินทนนท์ในช่วงที่ผ่านมา เพื่อสร้างและกำหนดภูมิทัศน์ทางการเงินของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต







## 2. ด้าน Data & Technology Data Analytics

กลุ่มงานที่มีจุดมุ่งหมายในการเป็นหน่วยงานหลักในการผลักดัน พัฒนาและสนับสนุนการวิเคราะห์เชิงลึก โดยเฉพาะในด้านการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่และในเชิงเทคนิคด้าน Machine Learning โดยเน้นการทำงานร่วมกับสายงานต่าง ๆ ภายใน ธปท. เพื่อสนับสนุนการตอบโต้ภัยตามแผนยุทธศาสตร์ ธปท. ซึ่งครอบคลุมงานตามพันธกิจหลักและการบริหารจัดการองค์กร เช่น ศึกษาและพัฒนาเครื่องชี้เร็ว (Rapid Economic Indicator) เพื่อจับชีพจรเศรษฐกิจการเงินของไทยจากข้อมูลระดับจุลภาคและข้อมูลทางเลือก เช่น ข้อมูลการใช้ไฟฟ้า ข้อมูลการขนส่ง รวมถึงสนับสนุนด้านข้อมูล

และการวิเคราะห์เชิงนโยบายให้สายงานต่าง ๆ เช่น การช่วยวิเคราะห์สถานะสินเชื่อ และการจ้างงานในช่วงสถานการณ์โควิด 19 การวิเคราะห์งานนโยบายและกำกับการแลกเปลี่ยนเงิน รวมถึงพัฒนานวัตกรรมเพื่อช่วยปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

### Digital Transformation

การจะผลักดันให้องค์กรเดินหน้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบได้นั้น นอกจากการต้องนำเครื่องมือดิจิทัลสมัยใหม่เข้ามาใช้งานแล้ว หัวใจสำคัญคือการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์จากบุคลากรภายใน หน่วยงานน้องใหม่ล่าสุดจึงถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2563 ที่ผ่านมา ภายใต้ชื่อโครงการ

Digital Transformation ซึ่งมีโครงการย่อยที่นำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้งาน เช่น การนำ RPA (Robotic Process Automation) หรือการนำ robot มาช่วยทำงานโดยอัตโนมัติอย่างเหมาะสม การนำเทคโนโลยี Microsoft Office 365 มาช่วยให้สามารถทำงานร่วมกันได้ทุกที่ทุกเวลา และสะดวกปลอดภัย รวมทั้งการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลผ่าน service management platform หรือ new HR platform เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีโครงการ Digital First ที่มุ่งสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมี digital mindset และความสามารถทางดิจิทัลเพิ่มมากขึ้นผ่าน digital champion ของแต่ละฝ่ายงาน ในโครงการ Digital Boot Camp



## 3. ด้านการแก้ปัญหาหนี้สิน ของไทย

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก ธปท. จึงให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาหนี้สินทั้งระดับภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจ โดยได้จัดตั้งหน่วยงานและโครงการต่าง ๆ เพื่อดูแลและแก้ไขปัญหาหนี้สิน รวมถึงลดผลกระทบทางเศรษฐกิจ

“

ทีมการธนาคารเพื่อความยั่งยืนถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อผลักดันให้สถาบันการเงิน ซึ่งถือเป็นตัวกลางในการส่งผ่านเงินทุนไปสู่ระบบเศรษฐกิจตระหนักถึงความสำคัญและดำเนินธุรกิจบนหลักการธนาคารเพื่อความยั่งยืน”

### กลุ่มงานการแก้ปัญหาหนี้สินของประชาชน

เป็นกลุ่มงานที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาหนี้สินให้กับประชาชนรายย่อยผ่าน (1) โครงการคลินิกแก้หนี้ ที่มีมาตรการช่วยเหลือลูกหนี้ช่วงโควิด 19 ทั้งในรูปแบบการเลื่อนระยะเวลาชำระค้างวัดและลดอัตราดอกเบี้ย ตลอดปี 2563 มีลูกหนี้ลงทะเบียนในสัญญาปรับโครงสร้างหนี้กับโครงการจำนวน 7,924 ราย ภาระหนี้รวม 2,662 ล้านบาท

(2) ทางด่วนแก้หนี้ ซึ่งเป็นช่องทางเสริมสำหรับช่วยเหลือประชาชนและธุรกิจในการติดต่อกับผู้ให้บริการทางการเงิน เพื่อขอปรับแผนการชำระหนี้ ตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการในเดือนเมษายน 2563 จนถึงสิ้นปี 2563 มีจำนวนคำขอเกือบ 120,000 รายการ และ (3) ดำเนินการยกระดับความร่วมมือในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทโดยลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทร่วมกับกระทรวงยุติธรรม

### กลุ่มงานปรับโครงสร้างหนี้

จัดตั้งขึ้นเพื่อดูแลกลุ่มลูกหนี้รายใหญ่ โดยได้ดำเนินการช่วยเหลือผ่านโครงการ DRBIZ ซึ่งมีแนวคิดมาจากการถอดบทเรียนการปรับปรุงโครงสร้างหนี้เมื่อครั้งวิกฤตต้มยำกุ้งปี 2540 ที่ ธปท. ได้เข้าไปช่วยเจรจาปรับปรุงโครงสร้างหนี้ระหว่างลูกหนี้ NPL รายใหญ่กับสถาบันการเงินเจ้าหนี้ แต่ได้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังได้ประกาศให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ระลอกใหม่ด้วย



## 4. กลุ่มงานเพื่อความยั่งยืน ทีมการธนาคารเพื่อความยั่งยืน

จัดตั้งขึ้นเพื่อผลักดันให้สถาบันการเงิน ซึ่งถือเป็นตัวกลางในการส่งผ่านเงินทุนไปสู่ระบบเศรษฐกิจ ตระหนักถึงความสำคัญและดำเนินธุรกิจบนหลักการธนาคารเพื่อความยั่งยืน (sustainable banking) โดยมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการมีธรรมาภิบาล (ESG) ตลอดจนสนับสนุนให้ลูกค้าภาคธุรกิจปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม







## ประเทศไทยควรเดินหน้าอย่างไรใน “New World Landscape”

สถานการณ์โควิด 19 อุบัติขึ้นท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของเศรษฐกิจ การเงิน และสังคมโลกที่ดำเนินอยู่จากหลายปัจจัย และเร่งให้เราเห็นรูปร่างภูมิทัศน์ใหม่ของโลกได้ชัดเจนขึ้น BOT พระสยาม MAGAZINE มีโอกาสพูดคุยกับผู้นำการธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ดร.เศรษฐพุฒิ สุทธิวาทนฤพุฒิ ถึงมุมมองต่อ new world landscape หรือภูมิทัศน์ใหม่ของโลกในมิติต่าง ๆ พร้อมแนวทางการปรับตัวของทุกภาคส่วน เพื่อให้ประเทศไทยเดินหน้าต่อไปในโลกใหม่ใบเดิมอย่างมั่นคง

### โควิด 19 ระลอกใหม่ส่งผลต่อเศรษฐกิจไทยน้อยกว่าระลอกแรก

ดร.เศรษฐพุฒิให้ความเห็นถึงทิศทางสู่ภูมิทัศน์ใหม่ของโลกว่า “การเดินหน้าสู่ new world landscape เป็นสิ่งที่เราเผชิญอยู่แล้วก่อนหน้านี้ แต่สถานการณ์โควิด 19 สร้างการเปลี่ยนแปลงขึ้นมากมาย ทำให้ตอนนี้ แม้ระยะทางจะใกล้ขึ้น แต่หนทางอาจขรุขระกว่าเดิมจากปัจจัยเสี่ยงใหม่ ๆ ที่เหนือความคาดหมาย ผมมองว่าเป็นการทดสอบความสามารถในการปรับตัวของประเทศไทยและเราทุกคน

“แน่นอนว่าในแง่เศรษฐกิจ วิกฤตโควิด 19 ได้สร้างความเสียหายในวงกว้าง เศรษฐกิจโลกหดตัวรุนแรงที่สุดในรอบหลายสิบปี สำหรับประเทศไทย จำนวนผู้ติดเชื้อจากการระบาดระลอกใหม่ดูรุนแรงกว่ารอบแรก แต่ผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจอาจไม่มากเท่า เพราะทั้งภาครัฐและประชาชนเริ่มมีประสบการณ์ ทำให้สามารถปรับตัวได้ไวขึ้น การควบคุมการระบาดก็ไม่ได้ใช้มาตรการปิดเมืองเหมือนในรอบแรก แต่ปิดตามจุดเสี่ยงเท่านั้น”

อย่างไรก็ตาม ดร.เศรษฐพุฒิมองว่า เรื่องที่น่ากังวล คือ ภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจที่ยังเปราะบางจากการระบาดรอบแรกที่ถูกกระทบซ้ำจากการระบาดระลอกใหม่ โดยเฉพาะการจ้างงาน ทั้งจากการหดตัวของ

กิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาคส่วนที่มีการจ้างงานสูง เช่น การท่องเที่ยว การบริการ และการค้าปลีก รวมถึงการใช้เครื่องจักรทดแทนแรงงาน ทำให้การเร่งเยียวยาผ่านมาตรการระยะสั้นเพื่อประคับประคองเศรษฐกิจให้ผ่านพ้นช่วงนี้ไปได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวด

“เราต้องระวังไม่ให้การมุ่งแก้ปัญหาระยะสั้น ทำให้เราไม่ใส่ใจการฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะยาวไปพร้อมกัน เพื่อให้เรามีแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ชัดเจนและสอดคล้องกับภูมิทัศน์ใหม่ของโลกหลังวิกฤตโควิด 19 จบลง ไม่อย่างนั้น อาจกลายเป็นความท้าทายที่ใหญ่กว่าได้” ผู้ว่าการ ธปท. ได้หยิบยก 3 เทรนด์สำคัญที่จะส่งผลต่อภูมิทัศน์ของโลกในระยะยาวมาพูดคุย ได้แก่ ข้อมูลและเทคโนโลยี (data & technology) กระแสความยั่งยืน (sustainability) และการเพิ่มอำนาจของโลก (multipolar world) รวมถึงยังมีข้อเสนอแนะในการปรับตัวของภาคประชาชนและภาคธุรกิจ รวมถึงการทำงานของ ธปท. ที่สอดคล้องกับเทรนด์เหล่านี้อีกด้วย

### บทบาทของ Data & Technology ในการขับเคลื่อนภูมิทัศน์ใหม่ของโลก

คนที่กุมข้อมูลและเทคโนโลยีกลายเป็นผู้มีอำนาจต่อรองเช่นเดียวกับผู้ที่เป็นเจ้าของทรัพยากรสำคัญในอดีต อย่างที่เรียบกันว่า

“Data is the new oil, and AI is the new electricity.” วิกฤตโควิด 19 เข้ามาเร่งให้ทุกภาคส่วนต้องปรับตัวในการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยี ดร.เศรษฐพุฒิอธิบายถึงสถานการณ์ดังกล่าวว่า “การเปลี่ยนแปลงเรื่องนี้กำลังเกิดขึ้นเร็วกว่าที่คาดไว้มาก ส่วนหนึ่งเกิดจากความจำเป็นในช่วงปิดเมืองที่ทำให้คนต้องหันมาพึ่งเทคโนโลยีในการใช้ชีวิต ทั้งการทำงานและการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยจากข้อมูล ธปท. พบว่าในเดือนมีนาคม 2563 มียอดเฉลี่ยรายวันของธุรกรรมพร้อมเพย์สูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนเกือบ 1 เท่าตัว ซึ่งความเคยชินจากการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้จะกลายเป็นพฤติกรรมติดตัวแม้ผ่านวิกฤตโควิด 19 ไปแล้วก็ตาม ภาคธุรกิจจึงต้องปรับตัวตาม ด้วยการนำเทคโนโลยีมากขึ้น

“นอกจากผู้บริโภคและภาคธุรกิจที่ต้องปรับตัวแล้ว ภาครัฐก็ต้องปรับตัวด้วยเช่นกัน เราอาจเห็นว่าหลายประเทศกระจายความช่วยเหลือให้ประชาชนและธุรกิจรายย่อยได้เร็วกว่าเรามาก นั่นเพราะเขามีข้อมูลค่อนข้างพร้อม จึงเห็นทันทีว่าใครถูกกระทบมากน้อยแค่ไหน แต่ไทยเรามีขนาดของเศรษฐกิจนอกระบบค่อนข้างใหญ่ โดยจากการสำรวจและการประมาณการจากข้อมูลแรงงานของ ธปท. พบว่าน่าจะมีสัดส่วนถึง



ประมาณ 50 - 70% ของ GDP ซึ่งมีแรงงานกว่า 20 ล้านคนอยู่ในภาคส่วนนี้ เมื่อภาครัฐไม่มีข้อมูล ก็ยากที่จะพุ่งเป้าไปให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ที่จำเป็นที่สุดก่อน

“การให้ความช่วยเหลือเยียวยาในช่วงแรกของการระบาดครั้งก่อน รัฐไม่มีข้อมูลผู้ประกอบการอาชีพอิสระที่รวมอยู่ในแหล่งเดียวกัน จึงต้องอาศัยข้อมูลของแต่ละกระทรวงมีอยู่มาใช้ไปก่อน ซึ่งพบว่าในบางกรณี ฐานข้อมูลต่างกระทรวงมีรายละเอียดไม่ตรงกัน เราอาจจำกันได้ว่ามีคนจำนวนหนึ่งออกมาเรียกร้องว่าไม่ได้รับความช่วยเหลือในฐานะผู้ประกอบการอาชีพอิสระ เนื่องจากปรากฏชื่ออยู่ในฐานข้อมูลเกษตรกร ทำให้การช่วยเหลือทำไม่ได้ทั่วถึงในช่วงแรก”

ดร.เศรษฐพุฒิกล่าวต่อว่า “ที่สำคัญคือการเริ่มลงทะเบียนขอรับความช่วยเหลือจากโครงการต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยเริ่มทยอยเข้าสู่ระบบ และรัฐจะมีข้อมูลมากขึ้น ซึ่งจะถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้การให้ความช่วยเหลือเป็นไปอย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลต่อการวางแผนนโยบายในระยะข้างหน้า ขณะเดียวกันเมื่อมีข้อมูลมากขึ้น รัฐเองก็ต้องเร่งเชื่อมต่อข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวและหลักกรรมาภิบาล เพื่อให้สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการออกแบบนโยบายในอนาคตให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้”

นอกจากนี้ รัฐก็ต้องสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น

โดยอาจสร้างแรงจูงใจให้ต้องเรียนรู้จากการใช้งานจริง คล้ายแนวทางของโครงการคนละครึ่งที่ทำให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้ประกอบการมาเข้าร่วม พร้อมกับให้ประชาชนตระหนักถึงประโยชน์ของการสร้าง digital footprint เช่น การสนับสนุนให้ชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ประชาชนมีประวัติที่สถาบันการเงินสามารถนำไปใช้วิเคราะห์ในการให้สินเชื่อต่อไปได้

ส่วนของ ธปท. ก็มีการนำข้อมูลและเทคโนโลยีมาช่วยในการจับสัญญาณของสภาวะเศรษฐกิจ เพื่อประกอบการติดตามและวัดผลของนโยบาย รวมถึงการปรับปรุงมาตรการที่ออกมาแล้วให้ดียิ่งขึ้น เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลงบการเงินรายบริษัท ที่แสดงให้เห็นว่าในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ผู้ประกอบการบางกลุ่มโดยเฉพาะ SMEs มีปัญหาสภาพคล่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการขยายระยะเวลาสินเชื่อการค้า (credit term) ให้นานขึ้น นำไปสู่การออกนโยบายการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานระยะเวลาสินเชื่อการค้า เพื่อบรรเทาปัญหาสภาพคล่องของ SMEs ได้ หรือการนำข้อมูลประกันสังคมมาวิเคราะห์คู่กับข้อมูลจากผู้ให้บริการการสื่อสารในช่วงวิกฤตโควิด 19 ทำให้เห็นภาวะการจ้างงานของบริษัทในแต่ละอุตสาหกรรม รวมทั้งการเคลื่อนย้ายแรงงานรายพื้นที่ ซึ่งภาครัฐสามารถนำไปออกแบบนโยบายต่าง ๆ เพื่อบรรเทาปัญหาเศรษฐกิจให้ได้ตรงจุดขึ้น

“

การเริ่มลงทะเบียนขอรับความช่วยเหลือจากโครงการต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยเริ่มทยอยเข้าสู่ระบบ และรัฐจะมีข้อมูลมากขึ้น ซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้การให้ความช่วยเหลือเป็นไปอย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น”

## Sustainability การพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

ความยั่งยืน (sustainability) เป็นหนึ่งในเทรนด์สำคัญของโลก ที่ส่งผลกระทบกับคุณภาพชีวิต เช่น ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ กระตุ้นให้ทั่วโลกเห็นความสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะท่าทีของสหรัฐฯ ในการกลับเข้าร่วม Paris Climate Accord รวมถึงการดำเนินนโยบายของหลายประเทศที่สนับสนุนธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

“ทุกวันนี้รัฐบาลหลายประเทศทั่วโลกได้ดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจพร้อมกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม (green stimulus) คือไม่ได้เน้นที่ตัวเลขการเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาวด้วย แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคและธุรกิจเองก็มุ่งไปสู่สินค้าและบริการที่สร้างผลกระทบต่อโลกน้อยที่สุด ทิศทางอุตสาหกรรมก็จะมุ่งสู่การใช้พลังงานสะอาด และพลังงานทดแทนมากขึ้น”

ดร.เศรษฐพุฒิชี้ว่า การปรับตัวไปในทางนี้จะเป็นผลดีกับธุรกิจเองด้วย “การศึกษาของมหาวิทยาลัยนิวยอร์กพบว่า มีผลิตภัณฑ์ที่ทำการตลาดว่าเป็นสินค้าที่มีความสำคัญกับความยั่งยืนมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในตลาดแสดงว่า ทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตต่างให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ นอกจากนี้ สินค้าเหล่านี้ยังสามารถตั้งราคาได้สูงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันที่ไม่ได้โปรโมทเรื่องความยั่งยืนถึง 39.5%

“ถ้าธุรกิจไม่ปรับตัว ไม่เพียงแต่จะไม่ได้ประโยชน์ตรงนี้ แต่อาจเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจไปต่อไม่ได้ ลองนึกถึงสินค้าส่งออกของไทยที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับต้น ๆ อย่างชิ้นส่วนรถยนต์สำหรับเครื่องยนต์สันดาปภายใน เมื่อคนเปลี่ยนมาใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่มีชิ้นส่วนเพียง 20 ชิ้นต่อคัน บริษัทไทยจะผันตัวมาผลิตชิ้นส่วนเครื่องยนต์สำหรับรถยนต์สมัยใหม่ที่ใช้พลังงานสะอาดได้ทันทีหรือไม่ ไทยอาจต้องสูญเสียตลาดส่งออกส่วนนี้ไปหากธุรกิจปรับตัวไม่ทัน



“ผลกระทบทำนองเดียวกันจะเกิดกับภาคการผลิตอื่น ๆ ด้วย เช่น อุตสาหกรรมอาหารที่ต้องปลอดภัย รู้แหล่งผลิต และคำนึงถึงสิทธิผู้ไ้แรงงาน ซึ่งผู้ผลิตและผู้ส่งออกจำเป็นต้องปรับตัวตามเพื่อยกระดับสินค้าของตนให้ถึงมาตรฐานของผู้บริโภค และมาตรฐานของประเทศคู่ค้า” ดร.เศรษฐพุฒิกล่าว

ภาคบริการซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยก็ต้องปรับตัวครั้งใหญ่เช่นกัน จากบทเรียนโควิด 19 การแพร่ระบาดของโรคติดต่อจะส่งผลให้คนหลีกเลี่ยงการเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ และอาจส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องหายไปหากไม่ปรับตัว การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพกลุ่มเล็ก ๆ อาจเป็นคำตอบให้ภาคบริการของไทย ทั้งยังสามารถต่อยอดไปเป็น health and wellness tourism ที่จะส่งผลต่อภาคการท่องเที่ยวและทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศในระยะยาว

ภาคการเงินเองที่มีหน้าที่ในการจัดสรรทรัพยากร ก็จะมีบทบาทในการผลักดันการปรับตัวของธุรกิจไปสู่แนวทางของความยั่งยืนเช่นกัน โดยเฉพาะผ่านการออกผลิตภัณฑ์การลงทุนที่เน้นความยั่งยืน เป็นที่น่าดีใจที่เราเห็นความตื่นตัวเรื่องนี้ค่อนข้างมาก โดยในปี

ที่ผ่านมา มีการออกตราสารหนี้เพื่อความยั่งยืนเพิ่มขึ้นถึง 187% นอกจากนั้น บทบาทของธนาคารกลางในเรื่องนี้ก็ไม่ได้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่นกัน อาทิ การสร้างเครือข่าย Network for Greening the Financial System (NGFS) เพื่อผลักดันให้ธนาคารพาณิชย์มีบทบาทในการจัดสรรทรัพยากรไปสู่การลงทุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (green financing) ธนาคารกลางอังกฤษเอง ก็ให้ความสำคัญเรื่อง climate stress-testing

สำหรับ ธปท. ก็เล็งเห็นถึงความสำคัญของเรื่องนี้เช่นกัน และพยายามผลักดันให้ระบบธนาคารมีการจัดสรรเงินทุนหรือสินเชื่อเพื่อสนับสนุนธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น ผ่านการจัดตั้งฝ่ายงานขึ้นมาดูแลเรื่องการเงินการธนาคารเพื่อความยั่งยืน โดยเฉพาะเพื่อวางกลยุทธ์ผลักดันและสร้างความตระหนักรู้ให้กับภาคการเงิน ในการสนับสนุนให้สถาบันการเงินปล่อยสินเชื่ออย่างรับผิดชอบ โดยสถาบันการเงินได้ร่วมลงนามในบันทึกข้อตกลง Sustainable Banking Guidelines ว่าด้วยเรื่องการปล่อยสินเชื่ออย่างรับผิดชอบ (Responsible Lending) เมื่อปี 2563 ที่ผ่านมา



## Multipolar World การหาความร่วมมือในโลกหลายขั้วอำนาจ

ไม่กี่ปีที่ผ่านมา โลกได้เปลี่ยนจากการที่สหรัฐฯ ครองความเป็นมหาอำนาจเพียงหนึ่งเดียวมายาวนาน กลายเป็นโลกหลายขั้วจากประเทศมหาอำนาจระดับภูมิภาคต่าง ๆ ที่ขึ้นมามีบทบาทสำคัญ อาทิ จีน รัสเซีย และอินเดีย ดร.เศรษฐพุฒิกล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ประเทศไทยต้องเร่งปรับเรื่องยุทธศาสตร์ต่างประเทศ โดยเฉพาะด้านการค้าการลงทุน ในขณะที่เราอยู่ในความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP) แล้ว อาจต้องคิดเรื่องความร่วมมือกับประเทศทั้งฝั่งตะวันตกและประเทศฝั่งตะวันออก

“ประเด็นที่น่าจับตามองและอาจจะมีผลกับไทยมากที่สุดในระยะต่อไป คือ ความเป็นไปได้ในการกลับเข้าร่วมเจรจา CPTPP ของประเทศเศรษฐกิจยักษ์ใหญ่ออย่างสหรัฐฯ” ดร.เศรษฐพุฒิกล่าว

“หลายฝ่ายบอกว่าไทยควรเข้าร่วม CPTPP เพื่อไม่ให้เกิดการย้ายฐานการผลิตครั้งใหญ่ไปประเทศเพื่อนบ้านที่เข้าร่วมข้อตกลง โดยเฉพาะเวียดนาม ที่นอกจากจะมีขนาดตลาดที่ใหญ่กว่าไทยจากจำนวนประชากรที่สูงถึง 97 ล้านคน ทำให้มีประชากรวัยแรงงานสูงกว่าแล้ว เวียดนามยังมีข้อตกลงการค้ากับประเทศต่าง ๆ มากกว่าไทยเกือบ 3 เท่าด้วย แต่ในทางกลับกัน ก็มีประเด็นคัดค้านเพราะการเข้าร่วมอาจส่งผลกระทบต่อเกษตรกรรายย่อยและอุตสาหกรรมการผลิตยาของไทย ผมมองว่าการเข้าไปอยู่ในเวทีเจรจาให้ได้ก่อน จะเป็นประโยชน์ต่อประเทศมากที่สุด โดยเฉพาะในช่วงก่อนที่สหรัฐฯ จะกลับเข้ามา เพราะหากเข้าไปร่วมหลังจากนั้น อำนาจในการต่อรองของไทยจะลดลงมาก และหากเจรจาแล้วไม่ได้ประโยชน์ตามที่ต้องการ ก็สามารถเลือกที่จะไม่เข้าร่วมในภายหลัง”



“

กฎแห่งสำคัญของยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ รวมถึงจะทำให้การเจรจาการค้าต่าง ๆ เป็นไปอย่างราบรื่น คือ การกระชับความสัมพันธ์กับประเทศในภูมิภาค โดยเฉพาะด้านการค้าและการลงทุนในกลุ่ม CLMV ให้แข็งแกร่งเห็นประโยชน์ร่วม เพื่อให้มีอำนาจต่อรองกับประเทศอื่น ๆ มากขึ้น”

ผู้ว่าการ ธปท. ยังชี้ด้วยว่าการเข้าไปร่วมเจรจาก็อาจทำได้ไม่ถนัด เพราะจะมีทั้งผู้ได้ประโยชน์และเสียประโยชน์ รัฐจึงต้องเร่งจัดเวทีให้ทุกภาคส่วนหารือร่วมกัน เพื่อให้มีความชัดเจนเป็นหนึ่งเดียวว่า เราต้องการอะไร และข้อตกลงใดที่ “ยอมได้” หรือ “ยอมไม่ได้” เพื่อให้มีข้อสรุปที่ผ่านการไตร่ตรองอย่างเข้มข้นแล้ว ก่อนที่จะเข้าร่วมการเจรจา

อีกหนึ่งเรื่องที่ ดร.เศรษฐพุฒิคิดว่าเป็นกฎแห่งสำคัญของยุทธศาสตร์ด้านต่างประเทศ

รวมถึงจะทำให้การเจรจาการค้าต่าง ๆ เป็นไปอย่างราบรื่นขึ้น คือ การกระชับความสัมพันธ์กับประเทศในภูมิภาค โดยเฉพาะด้านการค้าและการลงทุนในกลุ่ม CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม) ให้แข็งแกร่งและเห็นประโยชน์ร่วม เพื่อให้มีอำนาจต่อรองกับประเทศอื่น ๆ มากขึ้น โดยควรสร้างความสัมพันธ์ผ่านการถือถูลการเติบโตทางเศรษฐกิจของกันและกัน ยกตัวอย่างเวียดนามที่สามารถดึงดูดเงินลงทุนจากต่างชาติได้อย่างต่อเนื่อง แทนที่ไทยจะพยายามแข่งขัน อาจต้อง

กลับมาคิดว่าจะ “ร่วมมือ” กับเวียดนามอย่างไร เพื่อให้ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย เช่น ไทยอาจเน้นการเป็นศูนย์กลางการขนส่งของภูมิภาค เพื่อเปิดประตูสินค้าจากเวียดนามไปสู่เอเชียใต้ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว หรือด้วยโครงสร้างประชากรของเวียดนามที่ได้เปรียบกว่า บางธุรกิจของไทยอาจออกไปลงทุนผลิตสินค้าในเวียดนาม เพื่อลดต้นทุนแรงงานและขยายตลาด ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มรายได้ของธุรกิจ และนับเป็นการเติบโตของรายได้ประชาชาติของไทยด้วย

การสนับสนุนความร่วมมือกันในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ยังรวมไปถึงห่วงโซ่อุปทานระดับภูมิภาค (local supply chain) ด้วย เพราะแต่ละประเทศมีทรัพยากรและความชำนาญในการผลิตสินค้าบริการต่างกันไป และเพื่อสนับสนุนความร่วมมือด้านการผลิต การค้า และการลงทุนกับประเทศในภูมิภาค ธปท. ได้เตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน Asian Payment Network เพื่อสนับสนุนให้การชำระเงินข้ามประเทศเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมากขึ้น เช่น

นักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถใช้แอปพลิเคชันธนาคารของไทยชำระเงินให้ร้านค้าในลาวได้ผ่าน QR code ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน หรือชาวเมียนมาที่เข้ามาทำงานในไทย สามารถส่งเงินกลับบ้านได้แบบทันทีผ่านเทคโนโลยี blockchain โดยผู้รับเงินสามารถเลือกรับเงินได้หลายช่องทาง เช่น การส่งเงินถึงบ้าน การรับเงินจากสาขาของธนาคาร หรือการโอนเข้าบัญชีโดยตรง ช่วยลดต้นทุนให้กับแรงงานข้ามชาติ นอกจากนี้ ในด้านอัตราแลกเปลี่ยน ธปท. ยังทำความตกลงกับธนาคารกลางในภูมิภาคเพื่อให้เกิดการใช้สกุลเงินท้องถิ่นในการค้าขาย และลดความเสี่ยงที่เกิดจากอัตราแลกเปลี่ยนให้ผู้ประกอบการอีกด้วย

## ก้าวต่อไปของประเทศไทย

โควิด 19 เป็นวิกฤตครั้งใหญ่ ไม่เฉพาะในแง่ของจำนวนผู้ติดเชื้อ จำนวนผู้เสียชีวิต หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ต้องชะงักงันทั่วโลก แต่ยังสร้างความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ให้กับชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนต่อไปอีกอาจจะหลายสิบปี ดร.เศรษฐพุฒิได้กล่าวถึงท้ายถึงการก้าวข้ามวิกฤตครั้งนี้ว่า “ถ้าเรามองวิกฤตโควิด 19 เป็นอุปสรรคและแค่รอจนมันผ่านไป สุดท้ายเราก็ต้องเดินต่อไปในเส้นทางเดิม แต่ถึงที่หมายช้าลงหรือยิ่งไปกว่านั้นคือ ที่หมายจริง ๆ อาจเปลี่ยนไปแล้ว

แทนที่เราจะพยายามไปต่อทางเดิม ถ้ามองรอบ ๆ ตัว เราอาจเห็นหนทางใหม่หรือจุดหมายใหม่ในโลกใหม่หลังโควิด 19 ดังนั้น เราจึงควรใช้สถานการณ์โควิด 19 เป็นโอกาสที่เราจะถามตัวเองอีกครั้ง ว่าธุรกิจเราและประเทศไทยจะเดินไปทางไหนต่อ จะ reset อะไรใหม่ หรือจะปรับฐาน ปรับปรุงอย่างไร โดยไม่ขี้ขลาดจากวิกฤตมาสร้างจุดเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น เหมือนกับคำกล่าวที่ว่า ‘Don’t let a good crisis go to waste’ เพื่อให้ไทยพร้อมที่จะก้าวเข้าสู่ new world landscape ได้อย่างมั่นคง” 🌀



# เปิดวิสัยทัศน์...พยางค์ ศรีวณิช

## “วิกฤตการเงินโลก” ความท้าทายที่ต้องก้าวข้ามไปให้รอด



คุณพยางค์ ศรีวณิช กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงไทย เข้ารับตำแหน่งประธานสมาคมธนาคารไทย คนที่ 24 ในห้วงเวลาที่ประเทศไทยและทั่วโลกเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดครั้งใหญ่ของโควิด 19 การเปลี่ยนแปลงนี้จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งในฐานะประธานสมาคมธนาคารไทย ในการวางยุทธศาสตร์ที่จะเป็นอนาคตของธุรกิจธนาคารหลังจากนี้

### 7 ยุทธศาสตร์ปฏิรูปธนาคารไทย

การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของโลกทำให้ภูมิทัศน์ของภาคธนาคารเปลี่ยนไปตลอดกาล สมาคมธนาคารไทยมีทิศทางการบริหารภายใต้แผนยุทธศาสตร์ 7 ข้อ ที่มุ่งเน้นทั้งการพัฒนาเทคโนโลยี และการยกระดับศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับบริบทโลกใหม่

“สมาคมธนาคารไทยยังคงดำเนินการตาม 7 แผนยุทธศาสตร์ แต่เราอยู่ระหว่างการทบทวนแผน 5 ปีอีกครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และความท้าทายในปัจจุบันที่มีประเด็นใหม่ ๆ เช่น พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลการเงินจากสถาบันการเงินต่าง ๆ (Cybersecurity Open Banking) แนวทางการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน สกูลเงินดิจิทัล การยืนยันตัวตนดิจิทัล และเตรียมความพร้อมแรงงานในโลกอนาคต โดยคาดว่าจะเร่งดำเนินการให้เสร็จภายใน 3 - 4 เดือนข้างหน้า เพื่อให้มีความชัดเจนและสามารถร่วมมือกันพัฒนาและมีการดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม” คุณพยางค์กล่าว

### ภารกิจเร่งด่วนแก้วิกฤตโควิด 19

การเข้ารับตำแหน่งในสถานการณ์เช่นนี้ ภารกิจสำคัญเร่งด่วน คือ การช่วยเหลือลูกหนี้ธุรกิจและลูกหนี้รายย่อยที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่งภาคธนาคารพาณิชย์ตระหนักถึงความเดือดร้อนของลูกค้าทุกกลุ่ม จึงได้ร่วมมือกับธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ออกมาตรการช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด 19 อย่างเร่งด่วน และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

“หลังจากการออกมาตรการช่วยเหลือเป็นการทั่วไปในระยะแรก ภาคธนาคารและ ธปท. ได้ประเมินสถานการณ์ลูกหนี้อย่างใกล้ชิด พบว่า สถานการณ์โควิด 19 มีความไม่แน่นอนสูง มาตรการที่มีอยู่จึงอาจช่วยเหลือได้ไม่ตรงจุด จึงได้มุ่งเน้นการออกมาตรการช่วยเหลือเชิงรุกเป็นมาตรการเฉพาะกลุ่มและเหมาะสมกับลูกหนี้แต่ละราย เพื่อลดภาระการผ่อนชำระ และช่วยเหลือลูกหนี้ที่มีศักยภาพ ก่อนจะขยายไปยังกลุ่มอื่น ๆ ความช่วยเหลือที่ภาคธนาคารพาณิชย์ให้ มีทั้งขยายเวลาชำระหนี้ ลดค่างวด รวมทั้งให้สินเชื่อใหม่เพื่อให้ภาคธุรกิจไทยเดินต่อไปได้”

### มุ่งผลักดันธนาคารเพื่อความยั่งยืน

สำหรับคุณพยางค์แล้ว ธนาคารนอกจากจะเป็นผู้ให้บริการทางการเงินแล้ว ยังเป็นเสมือนตัวกลางเชื่อมโยง และจัดสรรทรัพยากรเงินทุนในมิติต่าง ๆ การมีผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงได้ เพื่อให้ทรัพยากรถูกจัดสรรไปใช้และสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถทำให้ลูกค้า ชุมชน สังคม และระบบเศรษฐกิจแข็งแกร่งอย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ 5 ปีของ

สมาคมธนาคารไทยได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จ ความร่วมมือ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของอุตสาหกรรมธนาคารไทยได้เป็นอย่างดี

“ภาคธนาคารยังต้องปรับตัวอยู่เสมอเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในภาคการเงินมี mega trend ที่ชัดเจนที่สุดและแรงขึ้นอย่างมากจากวิกฤตโควิด 19 คือ digital disruption ซึ่งจะนำไปสู่ digital economy ในทุกมิติ ดังจะเห็นได้จากในปี 2563 ที่แม้เศรษฐกิจไทยจะหดตัวราว 6.5% แต่สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยคาดว่า ตัวเลขการใช้จ่าย e-commerce ของผู้บริโภคจะเติบโตมากถึง 35% จากปีก่อนหน้า หรือมีมูลค่าสูงถึง 2.2 แสนล้านบาท

“ปัจจุบัน คนไทยกว่า 40 ล้านคนและร้านค้าอีกหลายแสนร้านค้าเข้ามาอยู่ใน ecosystem ของแอปพลิเคชัน ‘เป๋าตัง’ ภายในระยะเวลาอันสั้น เพื่อใช้ประโยชน์จากมาตรการเยียวยา และฟื้นฟูเศรษฐกิจของรัฐ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและผู้เล่นในตลาด โดยเฉพาะรายย่อยที่พร้อมปรับตัว และในปี 2564 จะมีการต่อยอดใช้ประโยชน์จากช่องทางดิจิทัลของไทยเพิ่มมากขึ้น” คุณพยางค์กล่าว

“ภาคธนาคารยังต้องปรับตัวอยู่เสมอเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในภาคการเงินมี mega trend ที่ชัดเจนที่สุดและแรงขึ้นอย่างมากจากวิกฤตโควิด 19 คือ digital disruption ซึ่งจะนำไปสู่ digital economy ในทุกมิติ”

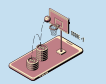
### แผนยุทธศาสตร์ 7 ข้อของสมาคมธนาคารไทย



**1 Digitalization of banking and next generation payments infrastructure:** การกำหนดทิศทางและสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินให้รองรับกับโลกดิจิทัล



**2 Financial inclusion & supporting real economy:** การส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงิน เช่น บัญชีเงินฝากพื้นฐานเพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชนผู้มีรายได้น้อย รวมถึงการสร้างเครื่องมือทางการเงิน องค์ความรู้และระบบนิเวศที่ช่วยการดำเนินธุรกิจของ SMEs



**3 Financial literacy:** คนไทยยุคใหม่ ใส่ใจเรื่องการเงิน โดยเน้นความเข้าใจแบบเข้าถึงง่าย เช่น ผ่านการเล่นเกม เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตระหนักรู้ นำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทางการเงินที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต



**4 Industry code of conduct:** การบูรณาการมาตรฐานการดำเนินงานด้านจรรยาบรรณของธนาคารพาณิชย์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อตอบสนองความคาดหวังของสังคมที่สูงขึ้น



**5 Preparing for AEC and regional integration:** ยกระดับเรื่องบุคลากร ภูมิปัญญา รวมถึงระบบ โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลเพื่อรองรับ AEC



**6 Human capital development:** จัดตั้งสถาบันธนาคารไทยในปี 2561 เป็นสถาบันแห่งการเรียนรู้ เพื่อยกระดับทรัพยากรบุคคลในภาคการเงิน การธนาคาร ให้เป็นมาตรฐานสากล สอดคล้องกับโลกการเงินในยุคดิจิทัล



**7 Legal & regulatory enablement:** ทำงานร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสนอและจัดทำแนวปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ทันกับโลกดิจิทัล และกฎหมายใหม่ ๆ รวมถึงมุ่งเน้นการกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงด้วยตนเอง (self-regulated) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของธนาคารแห่งประเทศไทย



## การปรับตัวของภาคสถาบันการเงิน

การเข้าสู่โลกดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ยิ่งทำให้ธุรกิจธนาคารต้องเร่งปรับโครงสร้างและรูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น พร้อมทั้งต้องตระหนักถึงการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เช่น ให้บริการที่ผสมผสานกันระหว่างไปสาขาธนาคารและบริการแบบดิจิทัล รวมทั้งการปรับทักษะพนักงานทั้ง reskill และ upskill ได้อย่างเหมาะสม

“ความท้าทายของอุตสาหกรรมธนาคารอยู่ที่การสร้างรายได้ใหม่ ๆ จาก digital ecosystem เพื่อทดแทนรายได้จากธุรกิจดั้งเดิมของธนาคาร นอกจากนี้ ธนาคารยังต้องพร้อมสำหรับการแข่งขันจากผู้เล่นใหม่ ๆ ซึ่งอาจจะเป็นธนาคารที่ให้บริการออนไลน์เท่านั้น ซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่าธนาคารแบบเดิม หรือจากผู้เล่นที่เป็นเจ้าของ ecosystem เช่น แพลตฟอร์ม e-commerce แพลตฟอร์มดีลิเวอรี โดยในงานวิจัยของ Morgan Stanley Research ในปี 2563 ที่สำรวจธนาคารในภูมิภาคเอเชียรวมถึงประเทศไทย พบว่าธนาคารดั้งเดิมมองว่าผู้เล่นที่เป็นเจ้าของ ecosystem หรือ super app<sup>1</sup> เป็นคู่แข่งที่น่าจะมีความได้เปรียบมากที่สุดในด้านการเติบโตในช่วง 5 ปีข้างหน้า

“อีกทั้งผู้ให้บริการทางการเงินในโลกยุคดิจิทัลจะได้รับประสบการณ์ที่ดีขึ้น เนื่องจากผู้ให้บริการต่างเร่งนำ data analytics, AI, Cloud, open API<sup>2</sup> และเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคลมากยิ่งขึ้น ในลักษณะ anywhere,

“

คนไทยกว่า 40 ล้านคนและร้านค้าอีกหลายแสนร้านค้าเข้ามาอยู่ใน ecosystem ของแอปพลิเคชัน ‘เป๋าตัง’ ภายในระยะเวลาอันสั้น เพื่อใช้ประโยชน์จากมาตรการเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจของรัฐ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล”

anytime อย่างไรก็ตาม ก็มีความเสี่ยงจากภัยคุกคามด้านไซเบอร์ที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทั้งผู้ให้และผู้ให้บริการจำเป็นต้องช่วยกันป้องกันความเสี่ยงเหล่านี้”

นอกจากนี้ คุณผยงยังได้กล่าวด้วยว่า “หากถอยออกจากภาคการเงินมามองดูระบบเศรษฐกิจ จะเห็นว่าเราอยู่ท่ามกลาง mega trend ระดับโลก บริบทใหม่ในยุค new normal หลังโควิด 19 อย่างกระแส de-globalization หรือการที่โลกแบ่งเป็นตัวแทนที่จะเป็นการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกระจายไปทั่วเหมือนก่อน ซึ่งเป็นสิ่งที่ประเทศไทยต้องจับตามอง เนื่องจากแต่ละตัวต้องการพึ่งพาตนเองให้ได้มากขึ้น เราจึงได้ยินว่าบางประเทศต้องการให้ supply chain กลับมาอยู่ใกล้บ้าน ขณะที่บางประเทศต้องการลดการพึ่งพาสินค้าเทคโนโลยีจากนอกตัวของตน การเกิด supply chain disruption นี้ จะส่งผลให้ภาคการผลิตต้องหยุดชะงักไปทั่วโลก เทรนด์นี้จึงอาจเป็นจุดเริ่มต้นของการหวนกลับมาที่เศรษฐกิจภูมิภาคหรือท้องถิ่น (regionalization

or localization) ที่จะมียุทธศาสตร์ที่เข้มแข็งกว่าเดิม และมีนโยบายกำหนดทิศทางการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ”

อีกเทรนด์หนึ่งที่จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจและแนวทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ คือ การให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนธุรกิจและเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (environment, social and governance: ESG) รวมถึงนำไปสู่การฟื้นตัวของเศรษฐกิจ



ที่มีความต้องการให้เป็น green recovery เพื่อจะช่วยลดปัญหาความยากจน พัฒนาเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต ทำให้ชุมชน สังคม มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

## ยึดหลัก “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา”

เมื่อพูดถึงการทำงานที่คุณผยงสวมทั้งหมวกของนายธนาคาร และประธานสมาคมธนาคารไทย ทำให้ต้องมีหลักในการทำงานเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงได้ตามเป้าหมาย คุณผยงยกให้ในหลวงรัชกาลที่ 9 เป็นต้นแบบการทำงาน พระองค์ทรงงานหนักและทรงงานเพื่อส่วนรวมมาโดยตลอด หลักการ

ทรงงานตามแนวพระราชดำริ “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” ที่ยึดหลักผลประโยชน์ของปวงชนและการพัฒนาคน เป็นสิ่งที่ประธานสมาคมธนาคารไทยยึดเป็นแนวทางการทำงาน

“ก่อนจะทำอะไร ต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และระหว่างดำเนินการจะต้องทำให้ผู้ที่เราจะไปทำงานกับเขาหรือทำงานให้เขานั้น ‘เข้าใจ’ เราด้วย เพราะถ้าเราเข้าใจฝ่ายเดียว จะไม่เกิดประโยชน์ตามที่หวังไว้ ‘เข้าถึง’ ก็เช่นกัน เมื่อรู้ปัญหาแล้ว เข้าใจแล้ว จะต้องทำอะไรให้เขาอยากเข้าถึงเราด้วย ด้านการทำงาน พระองค์ทรงงานหนักและแบบบูรณาการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม

จากความเข้าใจ ศึกษาผู้คนด้วยการสังเกต การพัฒนาด้วยความรู้และภูมิปัญญาที่ไม่จำกัด อยู่แค่มิติใดมิติหนึ่ง ตลอดจนทดลองและปรับปรุงจนได้ผลลัพธ์และประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหา นับเป็นบทเรียนที่ดีที่สุดที่ผมนำมาใช้ในการทำงาน” คุณผยงกล่าวถึงการน้อมนำแนวพระราชดำริ ซึ่งยึดเป็นหลักการทำงานตลอดมา

นอกจากนี้ คุณผยงยังมี “คุณพ่อ” เป็นต้นแบบในการทำงาน “คุณพ่อของผมเป็นคนทำงานหนัก สร้างตัวเองขึ้นมา มีความพอเพียง ใฝ่หาความรู้ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ คิดถึงส่วนรวม ตอบแทนสังคม และคุณของแผ่นดินอยู่ตลอดเวลา ทำให้ลูก ๆ รวมถึงตัวผมได้ซึมซับกรอบความคิดและการปฏิบัติของท่านมาตลอดกว่า 40 ปี”

## มองไปข้างหน้า และทำวันนี้ให้ดีที่สุด

หลักปรัชญาในการทำงานของคุณผยงคือ “มองไปข้างหน้า และทำวันนี้ให้ดีที่สุด” เพราะวันนี้ ทุกอย่างรอบตัวล้วนเปลี่ยนแปลงไปรวดเร็วมาก ไม่ว่าจะเป็นเทรนด์ธุรกิจ กฎกติกาต่าง ๆ พฤติกรรมของลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งความคาดหวังของสังคม เราจึงต้องมองไปข้างหน้าให้ไกลว่าอาจจะเกิดอะไรขึ้น และทำอะไรที่สามารถทำได้ในวันนี้ให้ดีที่สุด

“ในยุคโควิด 19 การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ จะยิ่งเกิดขึ้นเร็ว การทำธุรกิจแบบเดิม ด้วยความเร็วเท่าเดิม ไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่แข่งขันกันด้วยเทคโนโลยีและความคาดหวังของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้นได้ สิ่งสำคัญคือ ต้องมองไปข้างหน้า ต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา และเตรียมพร้อมในวินาทีที่ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเกิดอะไรขึ้น ก็ต้องเชื่อมั่นว่าจะสามารถก้าวผ่านไปได้ หรือถ้าบาดเจ็บก็ยังเยียวยาได้” ประธานสมาคมธนาคารไทยกล่าวทิ้งท้าย ✨

<sup>1</sup> Super App หมายถึง แอปพลิเคชันที่ครอบคลุมทุกบริการ สามารถใช้บริการได้ตลอดเวลาทุกวินาที เช่น Line Grab WeChat Pay และ Airpay

<sup>2</sup> API หรือ Application Programming Interface เป็นบริการช่องทางการเชื่อมต่อเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลจากระบบหนึ่งไปสู่ระบบอื่น ๆ ที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย



เรื่อง : สำนักเศรษฐกิจภูมิภาค ฝ่ายนโยบายโครงสร้างเศรษฐกิจ



## “เหนียวห่อกล้วยยายศรี” การผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยี ภายใต้ภูมิทัศน์ใหม่ในยุคโควิด 19

ปฏิเสธไม่ได้ว่าการแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่เกิดขึ้นมายาวนานกว่า 1 ปี และยังไม่รู้ว่าจะสิ้นสุดลงเมื่อไร ไม่เพียงทำให้การใช้ชีวิตของคนไทยต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพปกติใหม่ (new normal) แต่ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยเป็นวงกว้าง ทำให้หลายธุรกิจต้องปิดตัวชั่วคราวและบางธุรกิจถึงกับต้องปิดตัวถาวร จนมีแรงงานจำนวนมากตกงาน แรงงานที่มีถิ่นฐานอยู่ต่างจังหวัดย้ายกลับภูมิลำเนาเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ โควิด 19 ยังสร้างภูมิทัศน์ใหม่ (new world landscape) ที่มีส่วนเร่งกระแสการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของโลก (mega trends) อาทิ กระแสการตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อม วิวัฒนาการที่ก้าวกระโดดของเทคโนโลยี ทำให้ทุกภาคส่วนต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด



### โควิด 19 : ตัวเร่งการเปลี่ยนแปลง เชิงโครงสร้างและสร้างภูมิทัศน์ใหม่

หนึ่งในภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบและเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด คงหนีไม่พ้นกลุ่มผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ต้องหาทุกวิถีทางในการปรับตัวเพื่ออยู่ให้รอดในยุคโควิด 19 และภูมิทัศน์ใหม่ ซึ่งประสบการณ์ในอดีตได้สอนให้รู้ว่า “ในทุกวิกฤต ย่อมมีโอกาส” คอลัมน์เศรษฐกิจติดดินครั้งนี้ จึงขอหยิบยกตัวอย่าง “เหนียวห่อกล้วยยายศรี” ธุรกิจขนาดเล็กที่ได้พลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส จนสามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับครอบครัวและชุมชนที่อาศัยอยู่ได้ เพื่อช่วยจุดประกายแนวทางการปรับตัวในภูมิทัศน์ใหม่ให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นในชุมชนอื่น ๆ โดยการเรียนรู้และประยุกต์ใช้โมเดลธุรกิจของท้องถิ่นนี้



คุณบัวใช้ประโยชน์จาก social media เริ่มจาก Facebook เป็นช่องทางหลักในการจำหน่าย โดยโปรโมทและขายผ่านช่องทางออนไลน์อื่น ๆ เช่น Instagram Shopee ฯลฯ อีกทั้งเข้าถึง influencer ทำให้เติบโตแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะช่วงปลายปี 2563”

### ภูมิปัญญาท้องถิ่น : ตัวจุดประกาย ธุรกิจภายใต้ภูมิทัศน์ใหม่

“คุณบัว” หรือ นางสาวเสาวนีย์ คงกำเนิด อายุ 32 ปี หนึ่งในผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด 19 ทำให้ต้องปิดสถาบันสอนภาษาและศิลปะที่เปิดร่วมกันกับเพื่อน และกลับไปอยู่กับครอบครัวและคุณยายที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งการติดตามข่าวเรื่องโควิด 19 ทำให้คุณบุญศรี นางนวล หรือคุณยายศรี วัย 72 ปี เกิดภาวะเครียด คุณบัวอยากช่วยให้คุณยายรู้สึกผ่อนคลาย จึงปรึกษากับครอบครัวเพื่อหากิจกรรมทำร่วมกับคุณยาย ซึ่งก็ได้ข้อสรุปว่า อยากให้

คุณยายทำในสิ่งที่ถนัด นั่นก็คือ การทำ “เหนียวห่อกล้วย” ที่ครอบครัวคุณบัวคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี เหนียวห่อกล้วยเป็นขนมพื้นบ้านที่คนทั่วไปรู้จักกันในชื่อ “ข้าวต้มมัด” โดยข้าวต้มมัดของคุณยายศรีเป็นสูตรที่ส่งต่อกันมา จากรุ่นทวดสู่รุ่นคุณยายศรี เป็นสูตรโบราณสไตล์ปักษ์ใต้ที่มีอายุกว่า 70 ปี และนับเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์ของขนมพื้นบ้านจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จุดนี้เองทำให้แนวคิดของคุณยายศรีได้กลายมาเป็นจุดเริ่มต้นของ “เหนียวห่อกล้วยยายศรี” ธุรกิจที่มียอดขายเติบโตอย่างก้าวกระโดดในเวลาต่อมา

### เทคโนโลยี : Social Media ที่ส่วนใหญ่คุ้นเคย คือ เครื่องมือสำคัญ

นอกจากเหนียวห่อกล้วยยายศรีจะมีรสชาติอร่อยและคุณภาพดีแล้ว การทำตลาดเพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้า ก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้ภูมิทัศน์ใหม่ที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดและเข้ามามีบทบาทในการทำธุรกิจ ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเองก็มีแนวโน้มที่จะนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น สะท้อนจากยอดขายในตลาดค้าปลีกออนไลน์ไทยในปีที่ผ่านมา ที่คาดว่าจะสามารถเติบโต





ได้แบบก้าวกระโดดกว่า 35%<sup>1</sup> ทำให้การทำการตลาดและการขายสินค้าในระยะต่อไปต้องใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมากขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการขายให้สินค้าเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และตอบสนองพฤติกรรมการซื้อขายที่เปลี่ยนไปได้

คุณบัวได้ใช้ประโยชน์จาก social media ที่ปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี โดยเริ่มจากการโพสต์ขายเหินยวหอกกล้วยลงใน Facebook ส่วนตัวและเริ่มเปิดรับออเดอร์จากเพื่อน ๆ และเมื่อออเดอร์มากขึ้นเรื่อย ๆ คุณบัวจึงตัดสินใจเปิดเพจ “เหินยวหอกกล้วยยายศรี” ใน Facebook เพื่อใช้เป็นช่องทางหลักในการจัดจำหน่าย ซึ่งถ้าเข้าไปในเพจ นอกจากจะเจอผลิตภัณฑ์เหินยวหอกกล้วยแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่สะดุดตา คือรูปภาพจดหมายน้อยที่จะถูกแนบไปกับกล่อง



สินค้าที่จัดส่งให้ลูกค้า ซึ่งคุณยายศรีเขียนขึ้นเพื่อแทนความรู้สึกขอบคุณ โดยเนื้อหาในจดหมายจะปรับเปลี่ยนไปตามช่วงเวลาต่าง ๆ และความรู้สึกของคุณยายศรี เช่น ในช่วงปีใหม่ เนื้อหาจะเป็นการสวัสดีปีใหม่ และอวยพรให้ทุกคนมีความสุขที่ดี ซึ่งถือเป็นเสน่ห์เล็ก ๆ ที่เกิดจากความใส่ใจของคุณยายศรี นอกจากนี้ เหินยวหอกกล้วยยายศรียังมีการโปรโมทและขายผ่านช่องทางออนไลน์อื่น ๆ เช่น Instagram แพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Shopee รวมทั้งยังเข้าถึง influencer ที่เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ทำให้คนรู้จัก “เหินยวหอกกล้วยยายศรี” ได้มากและเร็วขึ้น ซึ่งยอดขายที่เติบโตขึ้นนี้ เริ่มจากเพียง 20 คู่ต่อสัปดาห์ เป็น 50 ถึง 100 คู่ และก้าวกระโดดเป็น 3,000 คู่ต่อสัปดาห์ในช่วงปลายปีที่ผ่านมามีมีการแพร่ระบาดของโควิด 19 ระลอกใหม่นับเป็นเครื่องพิสูจน์ความสำเร็จของธุรกิจนี้ภายใต้ภูมิทัศน์ใหม่ได้เป็นอย่างดี

จากตัวอย่างของเหินยวหอกกล้วยยายศรี คงปฏิเสธไม่ได้ว่า ในยุค new normal นี้ เทคโนโลยีได้ช่วยเข้ามาใกล้ชีวิตประจำวัน

ของเรามากขึ้น เราได้เห็นช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย หรือมีช่องทางหรือพื้นที่กลางให้ผู้ประกอบการเข้ามาประชาสัมพันธ์สินค้า เช่น market place ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ บน Facebook อย่างธรรมศาสตร์และการฝึกงาน จุฬาฯ มาร์เก็ตเพลส หรือ PSU Bazaar ดังนั้น การใช้ช่องทางออนไลน์และ social media จึงมีบทบาทสำคัญ และกลายเป็นหนึ่งช่องทางสำคัญในการทำธุรกิจที่ผู้ประกอบการต้องปรับใช้ให้ทัน

### เหินยวหอกกล้วยยายศรี: โมเดลต้นแบบของท้องถิ่นที่ทุกชุมชนเรียนรู้ได้

เมื่อภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่าง social media เพื่อช่วยด้านการตลาดแล้ว อีกหนึ่งกุญแจสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ คือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยหลังจากจำนวนออเดอร์เริ่มเข้ามามากขึ้น การผลิตจึงต้องการกำลังเสริม กลุ่มคนที่คุณบัวนึกถึงก็คือเพื่อน ๆ ในชุมชนของคุณยายศรี ที่ส่วนใหญ่

อยู่บ้านเพียงลำพัง เนื่องจากลูกหลานไปทำงานอยู่ต่างถิ่น คุณบัวจึงให้คุณยายชักชวนเพื่อน ๆ รุ่นราวคราวเดียวกันมามีส่วนร่วมในการผลิต จนปัจจุบันมีผู้อาวุโสในชุมชนกว่า 10 คนมาร่วมผลิต ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างกิจกรรมที่ทำร่วมกันในชุมชน และได้ผ่อนคลายความเครียดจากสถานการณ์โควิด 19 และยิ่งไปกว่านั้น กลุ่มผู้อาวุโสเหล่านี้ได้กลับมามีรายได้เสริม ช่วยลดการพึ่งพาเงินจากลูกหลานได้ระดับหนึ่ง

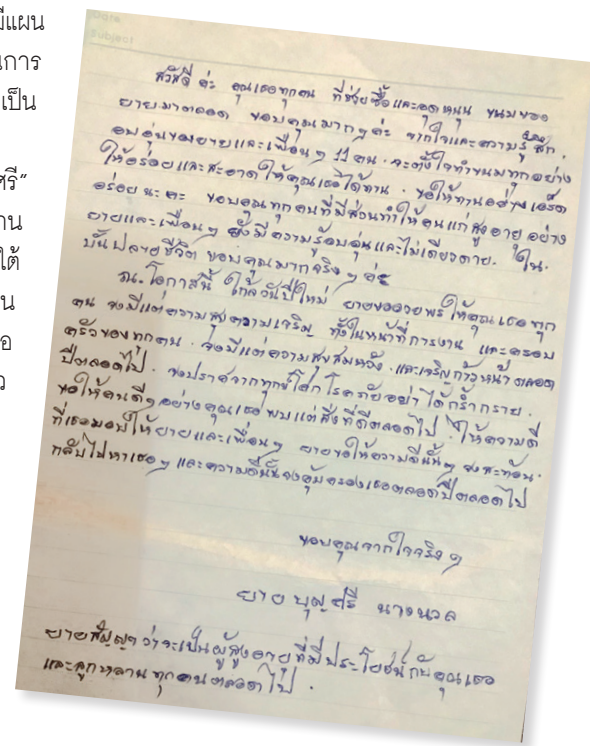
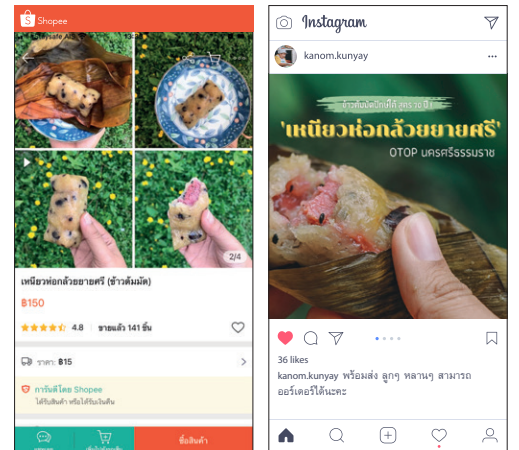
นอกจากกระบวนการผลิตที่อาศัยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนแล้ว คุณบัวยังพยายามใช้วัตถุดิบในการผลิตจากในชุมชนให้มากที่สุดด้วย เช่น น้ำตาลมะพร้าวที่ผลิตแบบธรรมชาติภายในชุมชน เพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน ดังนั้น การเติบโตอย่างต่อเนื่องของยอดขายเหินยวหอกกล้วยยายศรี จะส่งผลให้ชุมชนมีรายได้ที่ตีสมาเสมอ ซึ่งการเชื่อมโยงระหว่างในชุมชนในลักษณะนี้สามารถต่อยอดไปเป็นการรวมตัวเป็นวิสาหกิจชุมชนได้ โดยที่ผ่านมามีตัวอย่างความสำเร็จให้เห็นอยู่ไม่น้อย อาทิ “ชีวาร์” ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของวิสาหกิจชุมชนชีวารี จังหวัดน่าน ที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์สมุนไพรดีเด่นระดับชาติ Prime Minister Herbal Award (PMHA) ประจำปี 2562 และมีผู้ติดตามใน Facebook กว่าหมื่นคน เป็นต้น

นอกจากนี้ คุณบัวยังพยายามต่อยอดและขยายธุรกิจเหินยวหอกกล้วยยายศรีโดยการหาองค์ความรู้ใหม่ ๆ และการได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานในการพัฒนาสินค้าและการทำธุรกิจ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช หน่วยงานที่มีบทบาทในการส่งเสริมกลุ่มอาชีพด้วยการนำภูมิปัญญามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้ในเรื่องของการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP ได้รับความร่วมมือจากอาจารย์มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

“เหินยวหอกกล้วยยายศรี โมเดลของการมอบภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่นที่สามารถต่อยอดได้จริง ชุมชนพร้อมเรียนรู้และนำไปปรับใช้เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนที่สุด”

มาช่วยพัฒนาวิธียืดอายุสินค้า ได้เครือข่ายต่าง ๆ ที่ทำได้ไปอยู่ในกระบวนการขอรับเครื่องหมาย ออย. จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ตลอดจนได้ช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มเติมในร้าน OTOP เมืองนคร ซึ่งตั้งอยู่ที่ท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช และในระยะต่อไป คุณบัวยังมีแผนในการพัฒนาสินค้าใหม่ ตลอดจนการขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศเพื่อเป็นการขยายธุรกิจมากขึ้นอีกด้วย

สุดท้ายนี้ “เหินยวหอกกล้วยยายศรี” จะเป็นมากกว่าตัวอย่างของการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยีภายใต้ภูมิทัศน์ใหม่ในยุคโควิด 19 หากชุมชนต่าง ๆ ที่มีอยู่ทั่วประเทศไทยมองว่าเป็นหนึ่งในโมเดลต้นแบบของการปรับตัวในการทำธุรกิจ ที่เริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ เป็นโมเดลของการส่งมอบภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่นที่สามารถนำมาต่อยอดได้จริง และชุมชนพร้อมที่จะเรียนรู้และนำไปปรับใช้เพื่อสร้างรายได้ ทำให้ตนเองและชุมชนมีรายได้ที่ยั่งยืนภายใต้ภูมิทัศน์ใหม่นี้ได้ในที่สุด



<sup>1</sup> ที่มา : Priceza Thailand Shopping Data, e-Conomy SEA 2019 by Google Temasek Bain & company, Statista (Forecast adjusted for expected impact of COVID-19), May 2020



# นครินทร์ วงกิจไพบูลย์

## “สื่อยุคใหม่ - เข้าใจพฤติกรรม ไม่ถึงจรรยาบรรณ และความน่าเชื่อถือ”

พฤติกรรมคนเสพสื่อที่เปลี่ยนไปทำให้วงการสื่อได้รับผลกระทบ และเดินทางแยกระหว่าง “ไปต่อ” หรือ “พอแค่นี้” โลกยุคดิจิทัลยังได้เปลี่ยนบทบาทให้คนทำสื่อไม่ใช่ผู้เลือกนำเสนอเนื้อหาอีกต่อไป แต่กลับกลายเป็นผู้ถูกเลือก คุณเคน-นครินทร์ วงกิจไพบูลย์ บรรณาธิการบริหารแห่งสำนักข่าวออนไลน์ The Standard ได้มาสะท้อนความท้าทายและทิศทางของสื่อยุคใหม่

### แค่เปลี่ยนกำลัง Mindset ก็เปลี่ยน

พฤติกรรมคนที่ติดตามสื่อเปลี่ยนไปมาก คุณเคนเริ่มต้นแล้วว่า สิ่งที่เปลี่ยนมากที่สุดคือ mindset ในการรับสื่อ “จากเดิมที่เรา มี traditional media เป็นสื่อหลัก อย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งมีอยู่ไม่กี่หัว ไม่กี่ช่อง ผู้รับสารจึงรู้สึกว่าตัวเองเป็นผู้ถูกเลือก ทำนั่งเวลาเปิดดูจะเป็นการเอนตัวไปข้างหลัง แต่ปัจจุบันผู้รับสารเปลี่ยนเป็นผู้เลือก ทำที่โน้มตัวมาข้างหน้า ก้มหน้าดูโทรศัพท์หรือ tablet เพื่อมองหาสิ่งที่เขาสนใจ อยากรู้ อยากฟัง เป็นพฤติกรรมที่เห็นได้ว่าแค่ทำนั่งเปลี่ยน mindset ก็เปลี่ยนไปแล้ว

ปฏิเสธไม่ได้ว่าคนไทยเสพข้อมูลข่าวสารผ่านโซเชียลมีเดียเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก ส่วนต่างประเทศอย่างญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา หรือแถบยุโรป จะไม่เสพข่าวผ่าน Facebook แต่จะนิยมดูผ่านเว็บไซต์ที่เขาเชื่อถือหรือแอปพลิเคชัน อย่างเช่น จีนมี WeChat ในเกาหลีมี Kakao ต่างจากประเทศไทยที่ใช้โซเชียลมีเดียหลากหลายมาแนะนำข่าว ทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าตัวเองมีสิทธิที่จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารจากช่องทางตามต้องการ

ถ้าชอบก็จะกดไลก์ กดติดตาม แต่ถ้าไม่สนใจก็จะเลื่อนผ่านไปทันที หรือใครใคร่ไปฟังในบอร์ดพันทิปหรือไปสร้างแฮชแท็กใน Twitter นี่คือพฤติกรรมคนเสพสื่อที่เปลี่ยนไปมากที่สุด”

### พฤติกรรมคนรับสาร ใน Generation Now

ตอนนี้เราเดินมาถึงยุค generation now คนทำสื่อก็ต้องเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนไป ผู้รับสารยุคนี้ต้องการรู้อะไรก็ต้องได้รู้เดี๋ยวนี้ ชอบเนื้อหาที่เป็นรูปภาพและวิดีโอมากกว่าตัวอักษร ชอบข้อความพาดหัวสั้นกระชับ ตัวอักษรใหญ่ ๆ เน้นอารมณ์เพื่อดึงดูดความสนใจ ซึ่งมีอิทธิพลกับคนไทยที่เสพสื่อผ่านโซเชียลมีเดีย “ที่น่าสนใจคือพฤติกรรมของผู้ใช้งานแต่ละช่องทางก็ต่างกัน Facebook ก็แบบหนึ่ง Twitter ก็เป็นอีกแบบหนึ่ง Instagram ก็ต่างไป ปัจจุบันมี TikTok หรือช่องทาง e-commerce ที่มี Live ขายของด้วย หรือผู้ใช้ Spotify และ Netflix ก็มีพฤติกรรมอีกแบบ รวมถึงคนดู YouTube IGTV และ Facebook Watch ก็ไม่เหมือนกัน อย่าง Facebook จะดูแค่ 3 นาทีที่เป็น on the go แต่ถ้าใน YouTube คนจะใช้เวลาดูนานกว่าเป็นพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปตามช่องทาง”

สำหรับพฤติกรรมคนในลักษณะนี้เรียกว่า fragmented world คือ คนสามารถเสพทั้งสื่อใหญ่และสื่อขนาดเล็กที่กระจายอยู่เต็มไปหมด คุณเคนเล่าว่าเขาเคยนับโซเชียลมีเดียในเมืองไทยมีถึง 22 แพลตฟอร์ม “ถือว่าเยอะมาก เพราะฉะนั้นแต่ละสื่อจึงมีความ niche ในตัวของเขาเอง มีความเฉพาะกลุ่มกระจายกันไป”

### เนื้อหาคลาสสิกและความสนใจใหม่ของคนเมือง

ด้วยสังคมไทยแบ่งออกได้เป็นสังคมเมืองและสังคมต่างจังหวัด คุณเคนมองว่า เนื้อหาสำหรับกลุ่มผู้รับสารในต่างจังหวัดยังคง

ไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก “ดังที่คุณจิก (ประภาส ชลศรานนท์) เคยพูดไว้และผมก็เห็นด้วยว่า เนื้อหาได้รับความนิยมมากที่สุดมี 4 อย่าง คือ สัตว์ประหลาด อาชญากรรม ข่า และซิ่งหรือดราม่า แต่ในสังคมเมือง ผมมองว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปมากกว่านั้น คนเมืองต้องการเนื้อหาที่ตอบโจทย์ชีวิต โดยเฉพาะที่เห็นชัดว่าได้รับความสนใจมากคือ การพัฒนาตัวเอง (self-improvement) รวมทั้งเรื่องการเงิน สังเกตว่าคนไทยสนใจเรื่องการเงินการลงทุนมากขึ้น และยังสนใจการบริหารจัดการ การทำธุรกิจ เช่นเดียวกับเรื่องสุขภาพ

ความสัมพันธ์ และสุขภาพจิต จะเห็นว่ามีหนังสือแนวนี้ออกมาเยอะ รวมถึงในออนไลน์ก็มีเนื้อหาลักษณะนี้ค่อนข้างมากเช่นกัน”

### ช่องทางที่ถูกต้อง เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง และการนำเสนอที่น่าสนใจ

ในฐานะคนทำสื่อคุณเคนมองว่า ต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อให้สอดคล้องพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของผู้บริโภค “สำหรับผมไม่มีอีกแล้วการสื่อสารแบบ mass หรือ message เดียวถึงคนทั้งประเทศแบบที่เคยทำได้ในอดีต เพราะวันนี้หัวใจสำคัญ





ที่คนทำสื่อต้องเข้าใจให้ได้เป็นอันดับแรก คือ คนที่เราอยากสื่อสารด้วยคือใคร เขาอยู่ที่ไหนในโลกออนไลน์ เช่น ผมอยากสื่อสารกับกลุ่ม gen Z เด็กมหาวิทยาลัย ถ้าผมไปสื่อสารผ่าน Facebook ผมสอตกแน่นอน เพราะพวกเขาไม่เล่น Facebook แต่เขาอยู่ใน Instagram TikTok หรือ Telegram นั้นหมายความว่า ถ้าเกิดเราจะเข้าถึงกลุ่มนี้ก็ต้องเข้าใจพฤติกรรมของเขา กลุ่มที่เราอยากสื่อสารด้วยจะบอกได้ว่าควรใช้ช่องทางหรือการสื่อสารแบบใด

“ด้านเนื้อหา หัวใจสำคัญก็ยังคงอยู่ที่สาระประโยชน์และความเกี่ยวข้อง เวลานำเสนอข่าว เราจึงพยายามบอกว่าเรื่องนี้

มันเป็นประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับเขายังไง และต้องเพิ่มความน่าสนใจเข้าไปด้วย เพราะถึงแม้ข้อมูลคุณจะมีประโยชน์แค่ไหน แต่ถ้านำเสนอแล้วน่าเบื่อคนก็ไม่สนใจ อาจใช้ภาพวิดีโอหรืออินโฟกราฟิกมาช่วยเล่าเรื่องเขียนให้เข้าใจง่าย หรือจัดหัวบรรทัดแรกอย่างตรงไปตรงมาว่าบทความนี้จะบอกอะไร”

### เปลี่ยนตามพฤติกรรมคนดู แต่ไม่เปลี่ยน DNA ของตัวเอง

สำหรับ The Standard ถ้าถามว่าอะไรเปลี่ยนแปลงไปบ้าง คุณเคนเริ่มเล่าจากสิ่งที่ The Standard ไม่เปลี่ยน นั่นคือ core DNA หรือจุดมุ่งหมายที่ทำให้พวกเขายกเป็นสำนักข่าว

ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมในเชิงบวก หรือสร้าง impact “เราพยายามเป็นพื้นที่ให้หลายฝ่ายได้ออกมาแสดงความคิดเห็น พยายามช่วยหาทางออกให้กับสังคม ช่วยสะท้อนปัญหาไปถึงผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ สิ่งเหล่านี้ยังทำอยู่เหมือนเดิม แต่สิ่งที่เปลี่ยนไปคือวิธีการนำเสนอเพื่อให้กับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ยกตัวอย่าง เมื่อก่อนผมเน้น Facebook มาก เพราะกลุ่มเป้าหมายเราคือคนทำงานอายุตั้งแต่ 25 - 40 ปี ที่ทำงานมาระดับหนึ่งแล้วต้องการข่าวที่มีสาระ กลุ่มนี้เราก็ทำอยู่เหมือนเดิมและทำให้แข็งแรงขึ้น เน้นการสรุปให้จบในโพสต์เดียว ลดการกดลิงก์ไปอ่านบทความต่อให้น้อยลง เพื่อเพิ่มความสะดวกทำให้ผู้อ่านไม่ต้องย้ายช่องทาง แต่ในปีที่เราโฟกัสที่ Instagram กับ YouTube เพราะเริ่มมองเห็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่จะกลายเป็นบุคลากรสำคัญในอนาคตและต้องการข่าวสารที่ตอบโจทย์ในแบบของเขาเหมือนกัน เราไม่ได้ย้ายกลุ่ม แต่ขยายฐานให้กว้างขึ้น และปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มมากขึ้น”

### สื่อมืออาชีพต้อง “เล่นใหญ่” และ “เฝ้ายาม”

คุณเคนพูดถึงสิ่งที่ทำให้สื่อมืออาชีพแตกต่างจากสื่อสมัครเล่นในยุคที่ใครก็เป็นสื่อได้ นั่นคือ ความน่าเชื่อถือ (trust) “ถ้าไปแข่งเรื่องอารมณ์หรือความสนุกสนานคงสู้ไม่ได้ แม้ทุกวันนี้เราก็พยายามทำให้ดีให้สนุกที่สุดในรูปแบบของเรา แต่สิ่งที่ทำให้เราแตกต่างจากมือสมัครเล่น คือ ความน่าเชื่อถือ จรรยาบรรณสื่อ และความรับผิดชอบต่อข้อมูลที่นำเสนอออกไป การกรองข้อมูล การเรียบเรียงเอาเฉพาะข้อมูลที่จำเป็นที่สุดที่จะทำให้เกิด impact กับผู้อ่านและผู้ฟัง สื่อมืออาชีพต้อง ‘เล่นใหญ่’ คือ พูดเรื่องที่กระทบกับสังคม ไม่ใช่พูดเรื่อง emotional หรือเรื่องตัวบุคคล

นอกจากนี้ สื่อมืออาชีพต้องเฝ้ายาม จึงต้องเฝ้ายามตัวเองตลอดเวลา ทำอย่างไรให้ประเด็นเราต่างและฉีกจากคนอื่น นำเสนอในลักษณะที่เป็นการมองไปข้างหน้าเสมอ”

### จะอยู่รอดต้องกล้าล้มเหลว

คุณเคนทิ้งท้ายถึงความเข้าใจพื้นฐานที่คนเป็นสื่อต้องมี 3 เรื่อง “(1) เข้าใจตัวเอง คือ ต้องยืนยันให้มั่นว่าเราคือใคร เป้าหมายการมีอยู่ของเรา เราทำเพื่ออะไร (2) เข้าใจคนอ่าน ในภาษาการตลาดคือ persona ว่าเขามีไลฟ์สไตล์อย่างไร พฤติกรรมเขาอยู่ในแพลตฟอร์มไหน สุดท้ายคือ (3) เข้าใจโลกของทุนยนต์ คือ รู้ว่าแพลตฟอร์มเปลี่ยนไปอย่างไร อัลกอริทึมเป็นแบบไหน และท้ายที่สุดคนที่เป็สื่อจะอยู่รอดได้ต้องกล้าล้มเหลว คุณอาจเคยทำสำเร็จมาแล้ว วันนี้ได้ล้านวิว แต่ถ้าพรุ่งนี้คุณยังทำแบบเดิมไม่มีทางที่จะได้ล้านวิวเหมือนเมื่อวาน คนเป็นสื่อต้องกล้าที่จะมาตัวเองทุกวัน อย่ายึดติดกับความสำเร็จในอดีต ผมคิดว่าสื่อเป็นอุตสาหกรรมที่ dynamic ที่สุด เพราะเราอยู่ใกล้ชิดกับคนซึ่งคนก็เปลี่ยนไปทุกวัน ดังนั้นถ้าคิดว่าอะไรดีลองทำไปเลย ไม่มีใครรู้ว่าอะไรจะสำเร็จหรือไม่จนกว่าเราทำมันจริง ๆ

“ท้ายที่สุด คนเป็นสื่อจะทำแค่สื่อใดสื่อหนึ่งไม่ได้แล้ว ในนามบัตรผมใช้คำว่า content creator คือ ต้องทำได้ทุกรูปแบบ ทุกช่องทางโดยมองเนื้อหาข่าวเป็นหัวใจ คนทำสื่อต้องปรับ mindset ไม่เป็น self-centric แต่ต้องเป็น customer-centric ผนวกกับใช้ data ที่มีมาตอบโจทย์คนดูให้มากที่สุด ซึ่งแค่สองอย่างนี้ ผมว่าเป็นโจทย์ที่ใหญ่มาก แค่พูดมันง่าย แต่เวลาไปบอกให้พนักงานเขาเปลี่ยนมันยากมาก วงการสื่อต้องปรับตัวเองครั้งใหญ่ เพราะผู้บริโภคไม่รอเรา เขาเปลี่ยนไปเร็วมากและเปลี่ยนตลอดเวลา”

“

สื่อมืออาชีพต้องเฝ้ายาม จึงต้องเฝ้ายามตัวเองตลอดเวลา ทำอย่างไรให้ประเด็นเราต่างและฉีกจากคนอื่น นำเสนอในลักษณะที่เป็นการมองไปข้างหน้าเสมอ”



### แพลตฟอร์มออนไลน์ในมุมมองของคุณเคน The Standard



**Facebook** ช่องทางพื้นฐานของคนไทย ใช้กลยุทธ์ในการบริหารแบบกว้าง เปรียบเหมือนห้างสรรพสินค้า จะหาอะไรก็เจอ



**Twitter** เน้นความเร็ว และต้องเล่นกับแฮชแท็ก ดูว่าอะไรกำลังเป็นกระแส และหาวิธีเข้าไปมีส่วนร่วม มีลักษณะค่อนข้างเฉพาะตัว ต้องใช้คนที่เล่น Twitter จริง ๆ ในการบริหารจัดการ



**Instagram** เป็นช่องทางอนาคตที่กำลังมาและเติบโตอีกมาก เน้นรูปภาพ ต้องหาเทคนิคใหม่ ๆ เช่น การทำวิดีโอแบบตั้งผ่าน IG Story หรือ IGTV



**Website** เปรียบเหมือนบ้าน คนอาจจะเข้ามาเยี่ยมบ้านเราไม่มากนัก ส่วนใหญ่คือคนที่แฟนคลับจริง ๆ หรือกลุ่มที่อยากอ่านยาว ๆ ที่สำคัญคือทำอะไรให้เขาเข้ามาแล้วอยู่กับเราได้นานที่สุด บ้านต้องเรียบร้อย ต้องทำ SEO และต้องเก็บข้อมูลผู้อ่านด้วย



**YouTube** เปรียบเหมือนโทรทัศน์ แต่ละช่องแบ่งชัดเจนเนื้อหาอะไรบ้าง สร้างรายการที่ตอบใจกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด



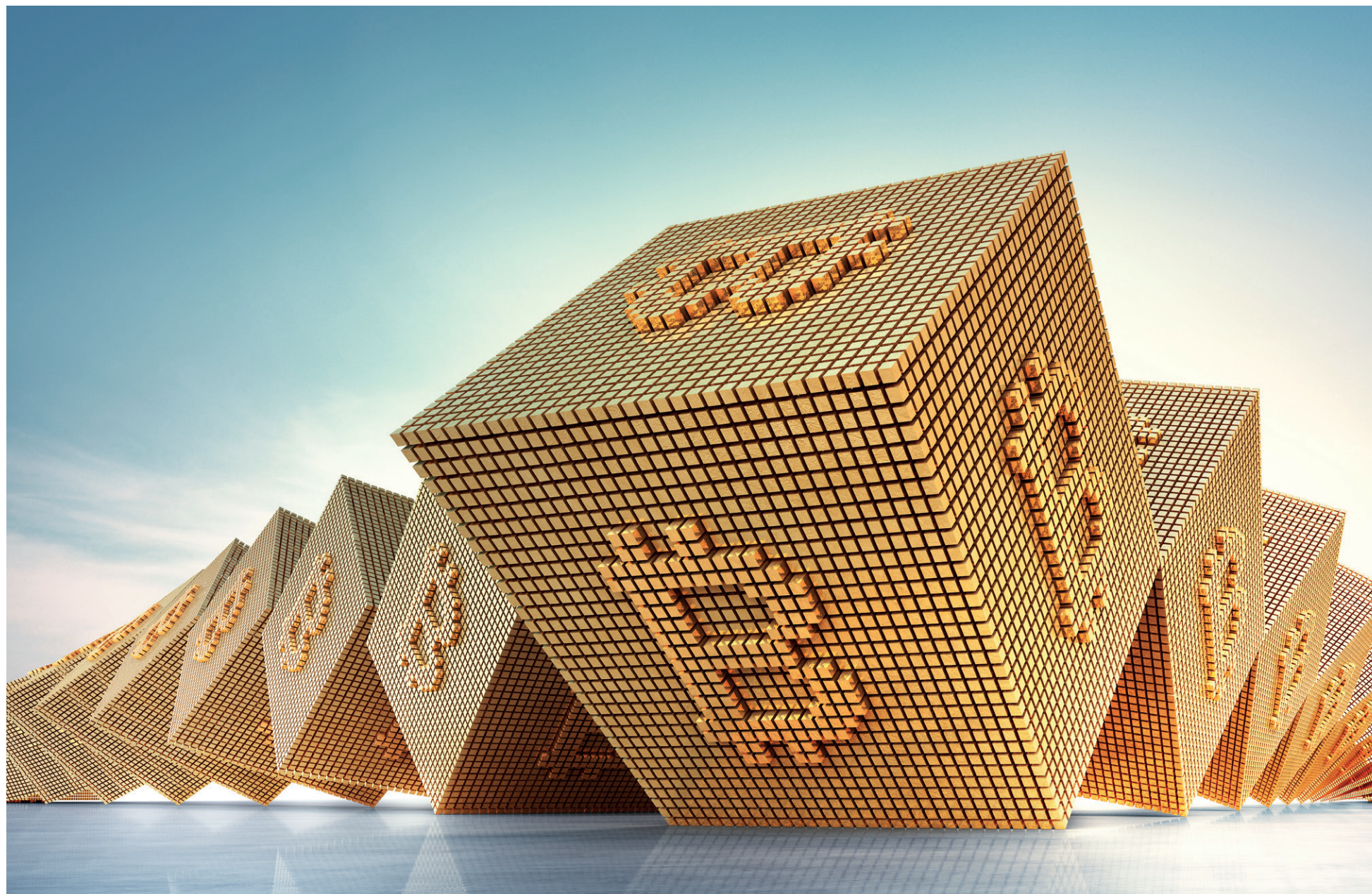
**Podcast** กลุ่มเป้าหมายยังมีจำนวนน้อยแต่มีคุณภาพ เป็นกลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร คนเมือง นักเรียน นักศึกษา จากสถิติคนฟัง Podcast ในหนึ่งตอนเฉลี่ยยาวเกือบ 30 นาที แต่มีจำนวนคนฟังจนเกือบ 30 นาทีเยอะมาก ซึ่งจะเกิดขึ้นได้เสียใน Facebook หรือ YouTube



เรื่อง : กลุ่มงานยุทธศาสตร์องค์กร

# หยวนดิจิทัล Libra และอินทนนท์

พัฒนาการของสกุลเงินดิจิทัลได้รับความสนใจอย่างมากในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากการนำเอาเทคโนโลยีแบบกระจายศูนย์ (Distributed Ledger Technology: DLT) หรือที่รู้จักกันในชื่อ Blockchain มาใช้ในการส่งมูลค่าระหว่างกันโดยไม่มีตัวกลาง ซึ่งระบบดังกล่าวสามารถสร้างความปลอดภัยและความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้งาน ส่งผลให้การดำเนินธุรกรรมด้วยสกุลเงินดิจิทัลมีต้นทุนที่ลดลง เข้าถึงง่าย และสามารถเปิดกว้างเพื่อให้ระดับบุคคลสามารถพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ ลงบนสกุลเงินดิจิทัลได้หลากหลายรูปแบบผ่าน smart contract

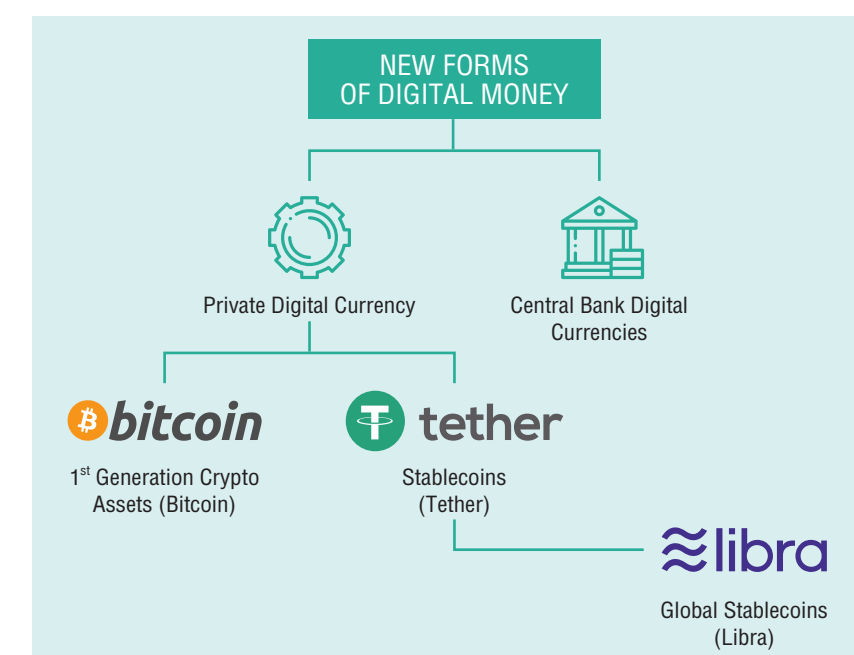


## พัฒนาการของสกุลเงินดิจิทัล

สกุลเงินดิจิทัลสามารถจำแนกได้ 2 ชนิด คือ (1) สกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยภาคเอกชน (Private Digital Currency) และ (2) สกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง (Central Bank Digital Currency: CBDC) การพัฒนาการสกุลเงินดิจิทัลทั้ง 2 ชนิดนี้มีมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยภาคเอกชน มีการพัฒนารูปแบบที่หลากหลายเพื่อสนองความต้องการในแต่ละกิจกรรมทางธุรกิจ และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้งาน ขณะที่พัฒนาการของสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง ส่วนใหญ่ยังอยู่ในขั้นตอนของการศึกษาและทดสอบ เนื่องจากการออกสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางนี้ อาจส่งผลต่อเสถียรภาพของระบบการเงินและบทบาทของธนาคารกลางอย่างมาก

## สกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยภาคเอกชน

การพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยภาคเอกชน มีจุดประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางในการส่งผ่านมูลค่า แทนรูปแบบของการชำระเงิน ปัจจุบันที่มีต้นทุนและเข้าถึงได้ยาก ดังนั้น สกุลเงินดิจิทัลประเภทแรก ๆ จึงถูกพัฒนาขึ้นบนระบบเปิด ที่ผู้ใช้งานมีอิสระในการเข้าถึงได้อย่างกว้างขวางโดยไม่มีมูลค่าใด ๆ หนุนหลัง ราคาของสกุลเงินดิจิทัลประเภทนี้จึงมีความผันผวนสูง และส่วนใหญ่ถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ของการเก็งกำไร ยกตัวอย่างเช่น Bitcoin จากจุดบัพผองดังกล่าว จึงได้มีการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลอีกประเภทหนึ่งที่มีเงินหรือสินทรัพย์หนุนหลัง ที่เรียกว่า Stablecoin เพื่อคงมูลค่าของสกุลเงินดิจิทัลนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น Diem (Libra) ที่ได้รับการสนับสนุนจาก Facebook



ที่มา : IMF Staff



Diem ถือเป็นสกุลเงินดิจิทัลที่สร้างความสนใจและการตื่นตัวให้แก่ภาครัฐและเอกชน เนื่องด้วยฐานของผู้ใช้งานที่มีจำนวนมาก และสกุลเงินดิจิทัลดังกล่าวยังสามารถใช้ชำระหรือโอนเงินระหว่างประเทศ ซึ่งถือเป็นการแก้อุปสรรคต่าง ๆ ของการโอนเงินระหว่างประเทศในปัจจุบันที่มีต้นทุนสูงและซับซ้อน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้กำกับดูแลและธนาคารกลางของแต่ละประเทศเกิดความกังวลถึงผลกระทบของสกุลเงินดิจิทัลที่มีต่ออธิปไตยทางการเงินของประเทศ รวมถึงการใช้เป็นช่องทางต่าง ๆ ทั้งที่ผิดกฎหมายและหลีกเลี่ยงการกำกับดูแลของภาครัฐ ซึ่งที่ผ่านมา Diem Association ได้สื่อสารถึงการพัฒนากูเงินดิจิทัลให้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐแต่ละประเทศ และคาดว่าจะเริ่มมีการออกใช้ Diem สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2564

สกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางของประเทศต่าง ๆ

|                                                                                     |           |              |                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------|----------------------------------------|
|  | China     | Digital Yuan | e-CNY คาดว่าจะออกใช้ทั่วประเทศ ปี 2565 |
|  | Eurozone  | Digital Euro | อยู่ระหว่างการศึกษา ทดลอง              |
|  | Japan     | Digital Yen  | คาดว่าจะทดลองใช้ ปี 2565               |
|  | Singapore | Ubin         | อยู่ระหว่างการศึกษา ทดลอง              |
|  | Thailand  | Inthanon     | อยู่ระหว่างการศึกษา ทดลอง              |
|  | Hong Kong | LionRock     | อยู่ระหว่างการศึกษา ทดลอง              |
|  | Korea     | Digital Won  | อยู่ระหว่างการศึกษา ทดลอง              |
|  | Canada    | Jasper       | อยู่ระหว่างการศึกษา ทดลอง              |
|  | Sweden    | e-Krona      | อยู่ระหว่างการศึกษา ทดลอง              |

หมายเหตุ : สกุลเงินดิจิทัลเหล่านี้เป็นเพียงบางส่วนที่มีการทดลองโดยธนาคารกลางถึงแนวทางการพัฒนาและการทดสอบในอนาคต

สกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางและหยวนดิจิทัลของจีน

ประเทศจีนถือเป็นหนึ่งในประเทศอันดับต้น ๆ ที่มีการพัฒนากูเงินดิจิทัล (ดิจิทัลหยวน : e-CNY) ในระดับประชาชนอย่างต่อเนื่อง และมีการประกาศใช้สกุลเงินดิจิทัลทั่วประเทศในปี 2565 โดยเหตุผลสำคัญในการออกหยวนดิจิทัลนั้นคือ เพื่อลดบทบาทของเงินสดซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางการทำผิดกฎหมาย ขณะที่จีนเองก็กำลังเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ที่ปัจจุบันระบบการชำระเงินของประเทศถูกบริหารจัดการโดยภาคเอกชน ซึ่งมีความเสี่ยงต่อเสถียรภาพของระบบการเงินประเทศ อย่างไรก็ตามการออกสกุลเงินดิจิทัลของประเทศจีนนั้นเป็นที่จับตามองของธนาคารกลางทั่วโลก เนื่องจากการออกเงินดิจิทัลนั้นอาจส่งผลกระทบต่อระบบการเงิน เช่น การแข่งขันกับ



“

พัฒนาการของสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง ส่วนใหญ่ยังอยู่ในขั้นตอนของการศึกษาและทดสอบ เนื่องจากการออกสกุลเงินดิจิทัลอาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของระบบการเงินและบทบาทของธนาคารกลางอย่างมาก”

บัญชีเงินฝากธนาคารพาณิชย์ การได้ถอนสภาพคล่องจากระบบการเงินในยามวิกฤตที่รวดเร็วขึ้น และความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี

สกุลเงินดิจิทัลของไทย

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ถือเป็นหนึ่งในธนาคารกลางแรก ๆ ของโลก ที่มีการศึกษา ทดลอง และพัฒนากูเงินดิจิทัลภายใต้ชื่อ “โครงการอินทนนท์” (สิงหาคม

2561 - ธันวาคม 2562) โดยมีขอบเขตการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลในระดับสถาบันการเงิน (wholesale CBDC) เพื่อหาช่องทางในการนำเอา CBDC มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการชำระเงินระหว่างสถาบัน หลังจากโครงการอินทนนท์สิ้นสุด ธปท. เห็นว่า CBDC มีศักยภาพสำหรับการนำมาใช้เพื่อโอนเงินระหว่างประเทศ และอยู่ระหว่างการต่อยอดการพัฒนาร่วมกับธนาคารกลาง

ฮ่องกง และขยายเครือข่ายไปยังธนาคารกลางอื่น ๆ อย่างธนาคารกลางจีน และธนาคารกลางสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์

ปัจจุบัน ธปท. ได้ขยายขอบเขตการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลในระดับภาคประชาชน (retail CBDC) เช่นเดียวกับธนาคารกลางอื่น ๆ ที่เริ่มให้ความสนใจในช่วงปี 2563 โดย ธปท. เห็นว่าขนาดสกุลเงินดิจิทัลประเภทต่าง ๆ อาจมีแนวโน้มขยายตัวและเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งการเตรียมความพร้อมในการออก retail CBDC ถือเป็นหนึ่งในช่องทางที่จะสร้างความมั่นใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัลแก่ภาคประชาชนที่มีความปลอดภัย และนำไปสู่การรักษาเสถียรภาพของระบบการเงิน ทั้งนี้ ที่ผ่านมามี ธปท. ได้เริ่มต้นพัฒนา retail CBDC ร่วมกับภาคเอกชนอย่างบริษัท บลูมชีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท ดิจิทัล เวเนเจอร์ส จำกัด เพื่อศึกษาถึงประโยชน์ของการนำเอา CBDC มาใช้และรูปแบบในการออกแบบที่เหมาะสม โดยการศึกษา CBDC จะนำมาใช้ชำระธุรกรรมทางการเงินที่เชื่อมต่อกับระบบการบริหารการจัดซื้อและการชำระเงินระหว่างคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน อย่างไรก็ตาม การศึกษาดังกล่าวเป็นเพียงจุดเริ่มต้น การพัฒนา retail CBDC ที่สมบูรณ์นั้น จะต้องมีการประเมินอีกหลาย ๆ ด้าน เพื่อให้ระบบดังกล่าวมีความปลอดภัยและได้รับความไว้วางใจจากประชาชน



# เบื้องหลังคอลัมน์

## บางขุนพรหมชวนคิด ร่วมด้วยช่วยคิด

### แจ่งสีเบียร์ ยังอีโคโนมิสต์

ความท้าทายหนึ่งขององค์กรขนาดใหญ่ที่มีการทำงานที่ซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของประชาชน คือ การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เป็นอีกองค์กรที่มีการสื่อสารนโยบายผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงประชาชนแต่ละกลุ่มได้อย่างทั่วถึง หนึ่งในช่องทางการสื่อสารที่ใช้ คือ บทความด้านเศรษฐกิจและการเงินในหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ของสำนักข่าวชั้นนำ และนี่คือตัวแทนนักเขียน ธปท. 4 คน จาก 4 คอลัมน์ดังอย่าง บางขุนพรหมชวนคิด ร่วมด้วยช่วยคิด แจ่งสีเบียร์ และยังอีโคโนมิสต์

#### จิตติมา ชูเชิด

หนึ่งในผู้เขียนคอลัมน์  
“บางขุนพรหมชวนคิด”

คอลัมน์ “บางขุนพรหมชวนคิด” เป็นคอลัมน์รายสัปดาห์ที่จะเปิดมุมมองคนแบงก์ชาติที่มีเนื้อหาสั้นและเข้าใจง่าย โดยประเด็นที่นำเสนอจะเป็นเรื่องที่ทันสมัยสถานการณ์และผู้อ่านได้ประโยชน์ว่าเรื่องที่เขียนมาเกี่ยวกับตัวเองอย่างไร บางครั้งก็เป็นช่องทางที่ ธปท. จะสามารถสื่อสารประเด็นหรือนโยบายต่าง ๆ ด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ตามการวิเคราะห์บนมุมมองของผู้เขียนเอง ซึ่งถือว่าเป็นมิติใหม่ของ ธปท. ที่เปิดโอกาสให้นักเศรษฐศาสตร์รุ่นใหม่ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่

ความท้าทายของการเขียนคอลัมน์นี้ อย่างแรกคือ การบริหารเวลางานเขียน คอลัมน์ซึ่งเป็นงานที่เพิ่มขึ้นจากงานประจำ เพราะเวลาที่ใช้ในการหาข้อมูลประกอบร่างเขียนมักเป็นช่วงนอกเวลางาน อย่างที่สองคือ การเลือกหัวข้อที่คิดถึงคนอ่านเป็นหลัก โดยต้องตั้งคำถามชวนคิดให้ได้ตามความตั้งใจของชื่อคอลัมน์ และอย่างสุดท้ายคือ เราต้องย่อยเรื่องและประเด็นต่าง ๆ ให้น่าสนใจ และคนอ่านเข้าใจได้ง่าย



สิ่งที่ประทับใจจากคอลัมน์แรกถึงวันนี้ ซึ่งผ่านมา 2 ปีแล้ว คือความประทับใจที่ทีมงานทั้ง 4 คนและพี่ดอน นาครทรรพ ได้ช่วยกันตั้งชื่อคอลัมน์นี้ขึ้นมา และการได้ฝึกเขียนประยุกต์เศรษฐศาสตร์กับเรื่องรอบตัวให้เข้าถึงคนในวงกว้าง จนสามารถรวมเล่มเป็นหนังสือ “บางขุนพรหมชวนคิด 1.0” ได้สำเร็จ รวมถึงประทับใจผู้อ่านที่คอยติดตาม

ฝากความคิดเห็นให้คณะผู้เขียนบ่อย ๆ บางท่านส่ง link ข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้เพิ่ม และบางท่านก็นำไปขยายความต่อ การทำงานนี้จึงเป็นการทำงานที่สร้างสรรค์และเพิ่มพลังงานบวกให้กับตัวเองและคนอื่น ๆ ได้อย่างดีค่ะ



สามารถติดตามคอลัมน์ “บางขุนพรหมชวนคิด” ได้ที่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ  
และ [www.thairath.co.th](http://www.thairath.co.th)

โสภณ วิจิตรเมธาวณิช

มนต์ลี กปิลกาญจน์

จิตติมา ชูเชิด

พรสวรรค์ รักเป็นธรรมา





## บทลี กปลาญจน์

หนึ่งในผู้เขียนคอลัมน์ “ร่วมด้วยช่วยคิด”

คอลัมน์ “ร่วมด้วยช่วยคิด” เป็นคอลัมน์ที่เน้นการสื่อสารเรื่องการดำเนินนโยบายของ สปท. และสะท้อนแนวทางการปรับตัวที่เหมาะสมของภาครัฐและเอกชน โดยการเลือกประเด็นจะเน้นเรื่องที่มีความสำคัญ ณ ช่วงเวลานั้น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน และเป็นเรื่องที่ผู้อ่านสนใจ เพื่อจุดประกายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาในมุมต่าง ๆ

การได้เป็นตัวแทน สปท. ในการเขียนคอลัมน์นี้ทำให้ได้เรียนรู้และพัฒนาตนเองทั้งด้านการถ่ายทอดผ่านการสังเคราะห์เรื่องราวรอบ และด้านทักษะการสร้างสรรค์งานเขียน เช่น การใช้ภาษาที่เรียบง่ายอย่างมีศิลปะ รวมถึงได้เรียนรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบรรณาธิการของคอลัมน์และผู้เขียนท่านอื่น ๆ นอกจากนี้ยังได้นำเสนอเรื่องราวที่ผู้เขียนมีความสนใจทำให้ผู้เขียนเองก็ได้รับความอิมเมจในการถ่ายทอดประเด็นต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์

ต่อส่วนรวมได้ อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำหรับการเขียนคอลัมน์นี้คือ ผู้เขียนต้องหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำมาถ่ายทอด รวมถึงการเผยแพร่เรื่องและประเด็นดังกล่าวได้ในจังหวะเวลาที่เหมาะสม

ประสบการณ์ที่ประทับใจคือ แรกเริ่มแม้จะมีความชอบด้านการเขียนอยู่บ้างแต่ก็ทำงานเขียนส่วนตัว เมื่อได้รับโอกาสเป็นตัวแทน สปท. ในการเขียนคอลัมน์ จึงนับเป็นความภูมิใจและความประทับใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารการดำเนินนโยบายของ สปท. สู่สาธารณชนและเมื่อได้รับความคิดเห็นจากผู้อ่านที่สะท้อนกลับมาว่า เป็นงานเขียนที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่คนไม่จบเศรษฐศาสตร์อ่านได้ไม่เบื่อ หรือเป็นบทความชวนคิดที่ดี ความคิดเห็นจากผู้อ่านเหล่านี้ เป็นสิ่งที่ประทับใจและทำให้มีพลังในการพัฒนาการเขียนบทความในคอลัมน์ต่อไปค่ะ



สามารถติดตามคอลัมน์ “ร่วมด้วยช่วยคิด”  
ได้ที่หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ  
และ: [www.prachachat.net](http://www.prachachat.net)

## พรสวรรค์ รักเป็นธรรม

หนึ่งในผู้เขียนคอลัมน์ “แจ้งสีเบียร์”

คอลัมน์ “แจ้งสีเบียร์” เป็นบทความที่ถ่ายทอดความรู้และความคิดเห็นทางวิชาการของ สปท. เกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจและการเงินในสถานการณ์ปัจจุบัน โดยการเลือกประเด็นจะเน้นที่ทันสมัยสถานการณ์ปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น การเขียนบทความเรื่องผลวิกฤต COVID-19 : ธุรกิจทรนติใหม่ ภายใต้ next normal ที่เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เมื่อกลางเดือนเมษายน 2563 เนื่องจากในขณะนั้นมีการแพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยเฉพาะภาคบริการ ทีมงานได้ศึกษาการจับชีพจรเศรษฐกิจไทยเพื่อประเมินภาพและทิศทางเศรษฐกิจ ซึ่งพบว่าธุรกิจด้านการขนส่งเป็นทรนติใหม่มาแรงในขณะนั้น จึงเป็นโอกาสที่ได้เขียนประเด็นนี้

จากประสบการณ์ที่ได้รับโอกาสให้เขียนในคอลัมน์นี้ ทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการปรับตัวและความท้าทายในการทำงานภายใต้

เวลาอันจำกัด รวมถึงรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการเขียนบทความมีเวลาไม่มากและบางครั้งอยู่ภายใต้สถานการณ์ที่ค่อนข้างตึงเครียด อย่างช่วงล็อกดาวน์เป็นช่วงที่เริ่มปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน ทำให้ต้องเรียนรู้การทำงานผ่านช่องทางออนไลน์ และปรับตัวในการทำงานภายใต้สภาพแวดล้อมของการทำงานที่เปลี่ยนไป

นอกจากนี้ การเขียนบทความนี้ยังทำให้เห็นว่าในวิกฤตย่อมมีโอกาส แม้จะมีปัญหาอุปสรรคมากมายแต่ยังมีโอกาสให้เราได้ค้นหาคำตอบหรือมีทางเลือกที่ดีกว่าได้เสมอ เช่น บางกลุ่มธุรกิจโดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัล (digital service) รวมไปถึงผู้ประกอบการบางรายที่สามารถปรับตัวมาทำธุรกิจผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้นเพื่อให้ธุรกิจสามารถเดินต่อไปได้



สามารถติดตามคอลัมน์ “แจ้งสีเบียร์”  
ได้ที่หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ  
และ: [www.bangkokbiznews.com](http://www.bangkokbiznews.com)



## โสภณ วิจิตรเมธาวณิชย์

หนึ่งในผู้เขียนคอลัมน์ “ยังอีโคโนมิสต์”

คอลัมน์ “ยังอีโคโนมิสต์” เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ต่อประเด็นทางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ตลาดทุน ตลาดเงิน รวมถึงแนวทางการดำเนินนโยบายของ สปท. โดยเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

การเลือกประเด็นในการเขียนจะประกอบด้วยหลักการพิจารณา 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) คำนึงถึงลักษณะผู้อ่าน ว่าชอบอ่านข่าวสารประเภทไหน (2) หัวข้อต้องเป็นประเด็นที่คนส่วนใหญ่สนใจหรือเป็นประเด็นที่อยู่ในกระแส (3) หัวข้อที่เขียนในคอลัมน์จะต้องเป็นช่องทางในการส่งผ่านแนวความคิด หรือนโยบายที่ สปท. กำลังดำเนินการหรือจะดำเนินการในอนาคตได้

นอกจากนี้ ความท้าทายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการเขียนคอลัมน์นี้ คือ การเลือกใช้คำหรือข้อความที่ต้องสามารถสื่อสารประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนภายใต้พื้นที่หน้ากระดาษที่จำกัด โดยภาษาที่ใช้ต้องไม่วิชาการมากเกินไปจนทำให้ผู้อ่านเข้าใจยาก และต้องสามารถดึงดูดผู้อ่านให้อ่านจนจบบทความ เรียกได้ว่าการได้รับโอกาสที่ได้เขียนคอลัมน์ยังอีโคโนมิสต์ช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารในรูปแบบการเขียนได้เป็นอย่างดี และเป็นความภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วย สปท. เผยแพร่แนวคิดและผลงานต่อสาธารณะอีกด้วย



สามารถติดตามคอลัมน์ “ยังอีโคโนมิสต์”  
ได้ที่หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ  
และ: [www.thansettakij.com](http://www.thansettakij.com)





# “ศาลเจ้าพ่อเสือ” ของพรอัมบุญ...อัมต้อง 6 ร้านดังในตำนาน!

เปิดศักราชปีใหม่จีนในปีนี ด้วยความมุ่งมั่นไปขอพรไหว้พระที่ “ศาลเจ้าพ่อเสือ” ที่มีอายุกว่า 100 ปี มีชื่อเสียงเรื่องการไหว้เพื่อเสริมอำนาจบารมี ขอพรให้สิ่งดี ๆ เข้ามาในชีวิต โดยเฉพาะคนปีชงปี 2564 ได้แก่ ปีมะแม โดยมีปีชงร่วม คือ ปีฉลู ปีมะโรง และปีจอ อีกทั้งยังเชื่อกันว่าควรไหว้ “ไฉ่ซิงเอี้ย (เจ้าพ่อกวนอู)” ที่ศาลเจ้าพ่อเสือ เพราะเป็นที่รำลึกถึงความศักดิ์สิทธิ์ว่า ใครดวงไม่ดีแต่อยากรุ่งหรือใครมีปัญหาเรื่องเงินทอง ทำไฉ่ซิงเอี้ยที่ศาลเจ้าพ่อเสือจะช่วยเหลือ ทำให้ชาวจีนนิยมไปไหว้กันมาก

ขอพรองค์เทพครบจบแล้วก็ได้เวลาอัมต้อง สำหรับย่านศาลเจ้าพ่อเสือ นั้น เรียกว่าเดินไปทางไหนก็เจอแต่ร้านอร่อยระดับตำนาน เชิญชวนให้เข้าไปแวะชิมให้อัมต้อง

## 1. ร้านโก๋ย่างโบราณ

เพียงเดินออกจากศาลเจ้าพ่อเสือแล้วเลี้ยวขวานิดเดียวก็เจอร้านดังในตำนานร้านแรกนี้ ซึ่งมีคนแวะเข้าไปนั่งกินกันไม่ขาดสาย เมนูเด็ดของร้านที่ต้องสั่งก็คือ ไก่ย่างหอม ๆ หมักด้วยสมุนไพรและเครื่องเทศหลายชนิด เป็นร้านเก่าแก่ที่เปิดมานานกว่า 20 ปีแล้ว

**เวลาเปิดปิด :** ทุกวัน เวลา 08.30 - 21.00 น.  
**โทรศัพท์ :** 0 2622 2349  
**ราคาเฉลี่ยต่อคน :** 100 - 250 บาท  
**ที่จอดรถ :** จอดได้ริมถนนหรือที่ศาลาว่าการ กทม. หรือในวัดมเหยงคณ์



## การสักการะที่ศาลเจ้าพ่อเสือ

- สิ่งที่ต้องใช้ คือ เทียนแดง 1 คู่ รูป 18 ดอก ส่วนหมวยสามชั้น 1 ชุด และข้าวเหนียวหวาน ถวายเฉพาะเจ้าพ่อเสือ ซึ่งอยู่ซ้ายมือสุดของศาลเจ้าแห่งนี้ ไต้ะวางของไหว้มี 8 จุด ได้แก่
- ทักทวง เทียนแดง
  - ตัวหล้าเอี้ยง (เหยียงเทียนสี่งี่ง องค์กรประธาน)
  - เจ้าพ่อเสือ (ซ้ายสุด)
  - เจ้าพ่อกวนอู ไฉ่ซิงเอี้ยก้ง (ขวาสุด)
  - เทพเจ้าแห่งเจีย
  - สมเด็จพระปิยะมหาราช
  - องค์รัชกาลเจ้าพ่อเจ้าประทุมวา
  - องค์รัชกาลเจ้าพ่อเจ้าประมุขชัย



## 2. ร้านเอ็งมั่งโก๋

ร้านก๋วยเตี๋ยวหลอดทิพย์มงคล (สูตรแท้จิว) ซึ่งเป็นสูตรดั้งเดิมตำรับแท้ มีคุณป้าเจ้าของร้านลงมือทำเอง เสริฟเอง ให้บรรยากาศอบอุ่นเหมือนอยู่บ้าน พิกัดร้านคือ ถนนตะนาว แขวงตลาดกลางกรุง

**เวลาเปิดปิด :** ทุกวัน เวลา 08.00 - 18.00 น.  
**โทรศัพท์ :** 0 2221 4545  
**ราคาเฉลี่ยต่อคน :** 20 - 50 บาท  
**ที่จอดรถ :** จอดได้ริมถนนหรือที่ศาลาว่าการ กทม. หรือในวัดมเหยงคณ์

## 3. ร้านชาอ้อ ซุย ตัน (ร้านชาเทพพนม)

ร้านแห่งนี้เป็นของทางใบชาอ้อ ซุย ตัน ซึ่งผลิตชาตังในตำนานแบรนด์ต้นตำรับชาเก่าแก่ ชาเทพพนมและชาตราอินทรีสมุทรเทพพนม โดยทางใบชาอ้อ ซุย ตัน สืบทอดมาถึงทายาทรุ่นที่ 4 แล้ว ร้านตกแต่งสไตล์จีนวินเทจ เข้ากับบรรยากาศในย่านนี้ ส่วนเมนูชาของที่นี่กลิ่นหอม รสชาติกลมกล่อมมาก เป็นอีกหนึ่งร้านบนถนนตะนาวที่ต้องแวะลิ้มรสชาตังเดิม

**เวลาเปิดปิด :** วันจันทร์ - เสาร์ เวลา 07.00 - 17.00 น. (ปิดวันอาทิตย์)  
**โทรศัพท์ :** 0 2221 2259, 09 2562 1542  
**ราคาเฉลี่ยต่อคน :** ต่ำกว่า 100 บาท  
**ที่จอดรถ :** จอดได้ริมถนนหรือที่ศาลาว่าการ กทม. หรือในวัดมเหยงคณ์



## 4. ร้านแซ่พุ้น (ข้าวหน้าไก่ 80 ปี)

ร้านตั้งอยู่บนถนนมเหยงคณ์ อยู่ระหว่างเสาชิงช้ากับศาลเจ้าพ่อเสือ เมนูเด็ดคือ ข้าวหน้าไก่ต้นตำรับ หลีกเหล้งทั้น ซึ่งเป็นชื่อเก่าของร้านแห่งนี้ด้วย

ต้นกำเนิดของร้านอยู่ที่ถนนพลับพลาไชย ก่อนจะย้ายไปใช้ชื่อใหม่ “แซ่พุ้น” ที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จนทำให้มีลูกค้าทั้งจากหัวหินและกรุงเทพฯ เป็นหลัก กระทั่งทายาทรุ่นที่ 3 ตัดสินใจย้ายกลับมาเปิดที่บริเวณศาลเจ้าพ่อเสือจนถึงปัจจุบัน เมนู “ข้าวหน้าไก่” ของร้านแซ่พุ้นการันตีด้วยรางวัลมิชลินไกด์ 2 ปีซ้อน คือ ปี 2019 และ 2020

**เวลาเปิดปิด :** ทุกวัน (ยกเว้นวันพุธ) เวลา 07.00 - 15.00 น.  
**โทรศัพท์ :** 06 1994 7171  
**ราคาเฉลี่ยต่อคน :** ราคาต่ำกว่า 100 บาท  
**ที่จอดรถ :** จอดได้ริมถนนหรือที่ศาลาว่าการ กทม. หรือในวัดมเหยงคณ์



**เวลาเปิดปิด :** ทุกวัน เวลา 07.00 - 19.00 น. (วันอาทิตย์ปิด 18.00 น.)  
**โทรศัพท์ :** 09 7002 9563  
**ราคาเฉลี่ยต่อคน :** ต่ำกว่า 100 บาท  
**ที่จอดรถ :** จอดได้ริมถนนหรือที่ศาลาว่าการ กทม. หรือในวัดมเหยงคณ์

## 6. ร้านโก๋ปี้ เอ๊ะ-โด้

ร้านกาแฟบรรยากาศเก่า ๆ ย่านเสาชิงช้า ที่เปิดมากกว่า 15 ปี โดดเด่นเรื่องชุดกาแฟและอาหารเช้า กาแฟของร้าน เป็นกาแฟโบราณหอมอร่อยรสชาติดี ส่วนชุดอาหารเช้า มีให้เลือกรับประทานตั้งแต่ไข่ดาว ไช่ลวก แซม ได้กรอก และขนมปังอบเนยสด อยากรู้ว่าอร่อยแค่ไหน ลองแวะไปที่ร้านกันได้เลย พิกัดร้านอยู่ถนนศิริพงษ์ เสาชิงช้า

**เวลาเปิดปิด :** ทุกวัน เวลา 07.00 - 20.00 น.  
**โทรศัพท์ :** 09 1979 1498  
**ราคาเฉลี่ยต่อคน :** 100 - 250 บาท  
**ที่จอดรถ :** จอดได้ริมถนนหรือที่วัดเทพศิรินทราวาส





# “VYะ” ช่วยกันลดง่ายๆ แค่คิดแยกก่อนทิ้ง

เพราะการคิดแยกขยะ ไม่เพียงอำนวยความสะดวกในการนำขยะไปกำจัดแต่ยังช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและลดการเกิดมลพิษต่อโลก อนาคตแห่งประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในองค์กรที่ตระหนักถึงประโยชน์เหล่านี้ จึงมีกิจกรรมรณรงค์เรื่องการคิดแยกขยะภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง Go Green ฉบับนี้ จึงขอแนะนำวิธีการคิดแยกขยะและสิ่งที่ต้องทำก่อนทิ้งขยะแต่ละประเภท เพื่อให้การคิดแยกขยะเกิดประโยชน์สูงสุดและสามารถนำไปใช้ได้จริง



## ประเภทของขยะ

ในประเทศไทย มีการแยกขยะเป็น 4 ประเภท ดังนี้

### 1 ขยะนำกลับมาใช้ใหม่ (ขยะรีไซเคิล)

เช่น พลาสติกที่สามารถรีไซเคิลได้ กระป๋องอะลูมิเนียม แก้ว กระดาษ และหนังสือเก่าที่นำมารีไซเคิล

#### วิธีการทิ้งขยะ

- ขวดพลาสติก ต้องเทของเหลวออกให้หมด และแกะฉลากพลาสติกออกก่อนทิ้ง บิดหรือขยำให้เล็ก
- ขวดเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของโซดา ควรล้างด้วยน้ำเปล่าก่อนทุกครั้ง
- กระป๋องและขวดแก้ว ควรล้างด้วยน้ำเปล่า และผึ่งให้แห้งก่อนทิ้ง
- ภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์อาหาร เช่น แก้วน้ำพลาสติก ขวดซอส ถ้วยโยเกิร์ต และถ้วยขนมที่มีก้นสำเร็จรูป ต้องทำความสะอาดหรือของสดในบรรจุภัณฑ์ออกให้หมด และผึ่งให้แห้งก่อนทิ้ง
- กระดาษ หนังสือ หากเป็นกล่องใส่ของหรือลังกระดาษ ต้องทำให้มีรูปร่างแบนก่อน หากมีหลายชิ้นควรผูกด้วยเชือกให้เป็นกลุ่มก่อนทิ้ง



### 2 ขยะอินทรีย์ (ขยะเปียก)

เช่น เศษอาหาร เศษผัก ผลไม้ ใบไม้ กิ่งไม้ขนาดเล็ก

#### วิธีการทิ้งขยะ

- บางส่วนอาจนำไปทำเป็นปุ๋ยหมักเพื่อใช้ประโยชน์ต่อไปได้
- รวบรวมขยะใส่ถุงพลาสติกให้เรียบร้อย



### 3 ขยะทั่วไป

เช่น พลาสติกที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ ของหรือถ้วยขนมที่มีก้นสำเร็จรูป ถุงพลาสติก เปื้อนเศษอาหาร

#### วิธีการทิ้งขยะ

- ถุงขนม ถ้ามีเศษขนมให้เทเศษขนมที่เหลือลงในถังขยะเศษอาหารก่อน ทำถุงให้เรียบแบนและทิ้งลงในถังขยะทั่วไป
- ภาชนะเปื้อนอาหาร เศษอาหารเหลือลงในถังขยะเศษอาหาร และทิ้งภาชนะลงในถังขยะทั่วไป (สำหรับอุปกรณ์ทานอาหารที่มีปลายแหลมอย่าลืมหักหรืองอก่อนทิ้ง)

### หน้ากากอนามัยใช้แล้ว ทิ้งอย่างไร?



ล้างมือให้สะอาดก่อน  
ถอดหน้ากากอนามัย



ใช้มือทั้งสองข้างจับที่  
สายรัด แล้วดึงหน้ากาก  
อนามัย โดยดึงออกไป  
ด้านหน้าเป็นแนวตรง  
ไม่ใช่สัมผัสส่วนหน้า  
ของหน้ากากอนามัย



จับที่ขอบหน้ากากแล้ว  
พับครึ่ง เก็บส่วนที่สัมผัส  
ร่างกายให้อยู่ด้านใน



พับครึ่งอีก 2 ทบ ให้ซ้อน  
กัน 2 พับอยู่ด้านเดียวกัน  
แล้วใช้เชือกพันรอบ  
หน้ากาก มัดให้แน่น



ใส่ถุงรองรับ (แยกจาก  
ขยะอื่น) แล้วมัด  
ปากถุงให้แน่น



ล้างมือด้วยน้ำและสบู่  
หรือแอลกอฮอล์ล้างมือ  
โดยทันที



ทิ้งหน้ากากอนามัย  
ลงถังขยะที่มีฝาปิด

\* ไม่ควรใส่หน้ากากอนามัยใช้แล้วลงในขวดน้ำ  
พลาสติก เพราะขวดน้ำพลาสติกเป็นขยะ  
ที่สามารถรีไซเคิลได้



### 4 ขยะอันตราย

เช่น หลอดไฟ กระป๋องสี กระป๋อง  
สารเคมี ยาฆ่าแมลง ยาฆ่าหญ้า น้ำมันเครื่อง  
ภาชนะที่อาจมีความเสี่ยงในการติดไฟ  
หลอดไฟ แบตเตอรี่ หรือเครื่องมือที่มี  
ส่วนของวงจรไฟฟ้า กระป๋องแก๊ส อุปกรณ์  
เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีขนาดไม่เกิน 30 เซนติเมตร  
ของมีคม และไฟแช็ก

#### วิธีการทิ้งขยะ

ในปัจจุบันตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น  
ห้างสรรพสินค้า มีกล่องสำหรับรับขยะ  
อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ

- หากขยะที่ทิ้งเป็นของมีคม เช่น เข็ม  
หรือแก้วและจานที่แตก ควรจะห่อด้วย  
กระดาษและเขียนระบุไว้เพื่อไม่ให้เป็น  
อันตรายต่อเจ้าหน้าที่เก็บขยะ
- ยา หรือ เครื่องสำอาง ควรแยกบรรจุภัณฑ์  
ออกจากตัวยาและเครื่องสำอาง ซึ่ง  
บรรจุภัณฑ์บางชนิดสามารถแยกกลง  
ถังขยะรีไซเคิลได้
- รวบรวมไว้ในถุงพลาสติก มัดให้แน่นหนา  
แล้วนำไปทิ้งในถังขยะที่เป็นถังเฉพาะ  
ขยะมีพิษ หรือเขียนหน้าถุงว่าขยะ  
อันตราย

### ทำไมต้องแยกขยะ?

- **ลดปริมาณขยะ**  
เมื่อแยกขยะที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ จะช่วยให้เหลือขยะจริง ๆ เพื่อนำไปกำจัดน้อยลง
- **ประหยัดงบประมาณ**  
เมื่อขยะที่ต้องกำจัดลดลง สามารถนำงบประมาณที่เหลือไปพัฒนาด้านอื่นได้
- **ลดการเปลี่ยนแปลงพลังงานและทรัพยากร**  
ด้วยการนำวัสดุประเภท แก้ว กระดาษ โลหะ พลาสติก โปรีไซเคิล หมุนเวียนใช้ใหม่
- **ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม**  
หากเราไม่แยกขยะ ขยะหลากหลายรูปแบบจะกองทับถมกลายเป็นแหล่งเชื้อโรคและแบคทีเรีย  
หรืออาจมีขยะอันตรายถูกทิ้งปะปนกับขยะ ซึ่งเป็นสาเหตุของสารเคมีปนเปื้อนกับสิ่งแวดล้อม



# จัดการเงินก้อนใหญ่ให้อยู่หมัด

เป็นใครก็ยิ้มแฉ่งแบบปริกัณฑ์ที่ได้เงินก้อนใหญ่ ทั้งแบบที่ให้กับต่อหน้าหรือโอนเข้ามาในบัญชี ไม่ว่าเงินก้อนนั้นจะได้อะไรมาบ้างที่ตราตรึงใจมาทั้งปี มรดกตกทอดจากเจ้าคุณปู่ หรือเงินแะเอ๊ยที่ผู้ใหญ่ใจดีมอบให้



แต่เดี๋ยวก่อน!!! Financial Wisdom อยากชวนหลาย ๆ คนสะกดใจไว้สักครู่ อย่าเพิ่งรีบเอาเงินไปขบปั๋งจนหมดอย่างปีที่ผ่านมา หายใจเข้าและออกช้า ๆ เพื่อตั้งสติและเพิ่มความคิดว่า นาน ๆ ที่ถึงจะมีเงินก้อนใหญ่เข้ามาสักครั้ง ถือว่าเป็นฤกษ์งามยามดีที่จะจัดการให้เงินก้อนใหญ่นี้อยู่กับเราไปอีกนาน หรือใช้อย่างไรให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งมีวิธีง่าย ๆ

ที่อยากแนะนำก็คือ ให้แบ่งเงินก้อนใหญ่ที่ได้ ออกเป็น 4 ก้อนย่อย เริ่มต้นที่ก้อนที่ 1 แบ่งเก็บเป็นเงินออมเผื่อฉุกเฉิน ซึ่งเป็นเงินออมก้อนแรกและก้อนสำคัญที่ควรมีก่อนเงินออมเพื่อเป้าหมายอื่น ๆ ด้วยการสำรวจตัวเองว่า ตอนนี้เรามีเงินออมเผื่อฉุกเฉิน 3 - 6 เท่าของรายจ่ายจำเป็น และภาระผ่อนหนี้ต่อเดือนแล้วหรือยัง

หากยังไม่มีหรือยังเก็บไม่ครบ ให้แบ่งเงินส่วนหนึ่งมาเป็นเงินออมเผื่อฉุกเฉินและทยอยเก็บเล็กผสมน้อยเพิ่มเติมจนครบถ้วน ซึ่งเราควรเก็บไว้ในบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่สามารถถอนมาใช้ได้ทันทีกับเหตุการณ์ไม่คาดฝัน รับรองว่ามีเงินออมก้อนนี้แล้วจะอุ่นใจและไม่หวั่นกับเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ ในอนาคต

ต่อมาที่ก้อนที่ 2 แบ่งไปจ่ายหนี้สิน เริ่มจากแจกแจงรายการหนี้ที่มีอยู่ลงในกระดาษหรืออุปกรณ์อื่นที่ช่วยให้เราคำนวณได้ง่าย เช่น Excel file ว่ามีหนี้อะไรบ้าง ยอดหนี้เท่าไร คิดดอกเบี้ยกี่เปอร์เซ็นต์ และต้องชำระงวดละกี่บาท ทำให้เห็นรายละเอียดของหนี้สินที่มีอยู่ทั้งหมด จากนั้น เรียงลำดับและเลือกหนี้ที่เราต้องการจะสะสางก่อน เช่น หนี้ที่ดอกเบี้ยแพง

ที่สุด เพื่อลดภาระดอกเบี้ยที่ต้องจ่าย ซึ่งมักจะเป็นหนี้บัตรเครดิต หนี้บัตรเครดิตเงินสด หนี้บัตรเครดิต หรือจะเลือกปิดหนี้ที่มียอดหนี้คงเหลือน้อยที่สุดก่อนในกรณีที่ต้องลดดอกเบี้ยเท่า ๆ กัน (เช่น มีเฉพาะหนี้บัตรเครดิตแต่มีหลายใบ) หรืออัตราดอกเบี้ยไม่ต่างกันมากนัก เพื่อสร้างกำลังใจว่าหนี้หายไป 1 ก้อนแล้ว และเราจะต้องทำให้หนี้ที่เหลือหายไปให้ได้ในอนาคตอันใกล้

ก้อนที่ 3 แบ่งไปลงทุน เริ่มจากคิดว่าเรามีเป้าหมายใดในชีวิตที่ต้องใช้เงินบ้าง จำนวนเงินที่ต้องการ ระยะเวลาในการลงทุน และความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ทางเลือกในการลงทุนมีหลากหลายประเภท ทั้งพันธบัตร หุ้นกู้ หุ้น กองทุนรวม และอื่น ๆ โดยแต่ละทางเลือกมีเงื่อนไขการลงทุน ความเสี่ยง ผลตอบแทน

รวมถึงข้อดีและข้อจำกัดที่ต่างกันไป เมื่อศึกษาแต่ละทางเลือกอย่างถี่ถ้วนแล้ว จะได้เลือกและแบ่งเงินไปลงทุนในสินทรัพย์หลากหลายประเภท เพื่อกระจายความเสี่ยงในการลงทุนและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เช่น เป้าหมายคือทุนการศึกษาในระดับปริญญาตรีของลูกน้อย จำนวนเงิน 1 ล้านบาท มีระยะเวลาลงทุน 18 ปี สามารถจัดพอร์ตการลงทุนระยะยาวด้วยการกระจายการลงทุนในสินทรัพย์หลายอย่าง เช่น เงินฝาก 10% ตราสารหนี้ 20% และหุ้น 70% เนื่องจากมีระยะเวลานานหลายปี (มากกว่า 7 ปี) จึงสามารถลงทุนในหุ้นซึ่งความเสี่ยงสูงได้มากในช่วงแรก ๆ หลังจากนั้นให้คอยติดตามและพิจารณาปรับพอร์ตฯ อย่างน้อยปีละครั้ง ให้สอดคล้องกับระยะเวลาการลงทุนที่เหลือน้อยลง แต่หากมีเป้าหมายการลงทุนเพื่อลดหย่อนภาษี การเลือกลงทุนในกองทุนรวมที่ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจะได้ประโยชน์ถึง 2 ต่อเลยทีเดียว

ก่อนสุดท้ายเป็นการให้รางวัลกับตนเอง ไปขบปั๋งของที่ชอบซื้อมานานแสนนาน ไปชิลในสถานที่ท่องเที่ยวที่หมายตากับคนรู้ใจ ไปชิมอาหารร้านเด็ดกับคนในครอบครัวอย่างพร้อมหน้าพร้อมตา เพื่อกระชับความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น แต่ควรแบ่งเงินก้อนนี้ให้ชัดเจนซึ่งไม่ควรเกิน 20% ของเงินก้อนใหญ่ที่ได้รับ เพื่อไม่ให้เงินเพลินจนเพลินกินส่วนของเงินอีก 3 ก้อนที่ได้พูดถึงไปก่อนหน้านี้

หลังจากที่ได้ฝึกวางแผนในวันนี้แล้ว ไม่ว่าคุณจะได้เงินก้อนเล็ก ก้อนใหญ่ หรือก้อนไหน ๆ ในอนาคต ขอแคว่งแผนก่อนใช้ เงินก็จะไม่ละลายหายวับไปในชั่วพริบตา Financial Wisdom ขอเป็นกำลังใจให้ผู้อ่านทุกท่านสามารถจัดการเงินทุกก้อนให้เติบโตไปพร้อมกับตัวคุณ



**ก้อนที่ 1**  
เก็บเป็นเงินออม  
เผื่อฉุกเฉิน



**ก้อนที่ 2**  
จ่ายหนี้สิน



**ก้อนที่ 3**  
ลงทุน



**ก้อนที่ 4**  
ให้รางวัลกับตนเอง





### 3 หนังสือดี ที่ตีพิมพ์โดยแบงก์ชาติ

สำหรับหนอนหนังสือที่สนใจด้านประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ การเงิน และการธนาคาร อาจเคยผ่านตาหนังสือที่แบงก์ชาติจัดทำขึ้นในโอกาสต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบเล่มและออนไลน์เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษา หรือเก็บสะสมเกร็ดประวัติศาสตร์สำคัญ ณ ช่วงเวลานั้น ๆ เป็นที่ระลึก Library & Archives ฉบับนี้ จึงรวบรวมหนังสือ 3 เล่มสำคัญที่ควรค่าแก่การศึกษาและสะสมจากแบงก์ชาติมาให้ทุกท่านได้รู้จักกัน

#### ธนบัตรรัชกาลที่ ๙ เอกลักษณ์แห่งองค์พระมหากษัตริย์และความเป็นไทย

เป็นหนังสือรวมภาพธนบัตรทุกแบบที่ได้เชิญพระบรมสาทิสลักษณ์พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เป็นภาพประธานบนธนบัตร ด้วยน้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณที่ทรงบำเพ็ญพระราชกรณียกิจเพื่อพสกนิกรชาวไทย อันเป็นคุณูปการอย่างอเนกอนันต์ต่อประเทศชาติตลอดรัชสมัยของพระองค์ ดังภาพที่ปรากฏอยู่บนธนบัตรแบบต่าง ๆ ในหนังสือเล่มนี้

หนังสือเล่มนี้จึงถือเป็นหนังสือทรงคุณค่าแห่งยุคสมัยที่ได้รวบรวมเรื่องราวพระราชประวัติ อันถือเป็นการสะท้อนประวัติศาสตร์ไทยที่ยังตราตรึงอยู่ในใจพสกนิกรไทยจนปัจจุบัน



#### พาแบงก์ชาติเดินทาง

เป็นหนังสือที่สะท้อนถึงบริบทของเศรษฐกิจและแนวทางการดำเนินงาน ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2559 - 2563) ของแบงก์ชาติ ผ่าน 3 เส้นทาง คือ การรักษาเสถียรภาพ การพัฒนา และการสร้างความเป็นเลิศ ในองค์กร รวบรวมจากบทสนทนา

ระหว่างอดีตผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย ดร.วิโรจน์ สันติประภพ กับแขกพิเศษจากแวดวงต่าง ๆ ในคอลัมน์ Conversation with the Governor วารสาร BOT พระสยาม MAGAZINE

ผู้ร่วมสนทนาได้ตั้งคำถามถึงประเด็นต่าง ๆ ที่สังคมให้ความสนใจ อาทิ คุณสุทธิชัย หยุ่น ที่ได้เปิดประเด็นถึงทิศทางเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยเมื่อปี 2562 คุณเพ็ญศรี สุธีรศานต์ กับประเด็นการธนาคารเพื่อความยั่งยืน คุณวารินทร์ สัจเดว ในประเด็นการพัฒนาคนเพื่อเตรียมพร้อมรับมือความท้าทายใหม่ ๆ ในโลก รวมถึงท่านอื่น ๆ ที่มาพูดคุยประเด็นที่น่าสนใจอีกมากมาย

ผู้สนใจสามารถซื้อได้ที่ ศูนย์การเรียนรู้ ธนาคารแห่งประเทศไทย หนังสือธนบัตรรัชกาลที่ ๙ เอกลักษณ์แห่งองค์พระมหากษัตริย์ และความเป็นไทย ราคาเล่มละ 100 บาท หนังสือพาแบงก์ชาติเดินทาง ราคาเล่มละ 195 บาท รายได้หลังหักค่าใช้จ่าย สกนบเข้า “มูลนิธิ 50 ปี ธนาคารแห่งประเทศไทย” เพื่อสนับสนุนการศึกษาให้แก่นักเรียนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ทั่วประเทศ หรือสแกนเพื่ออ่านหนังสือของแบงก์ชาติแบบออนไลน์ได้ที่นี่



ติดตามอ่านหนังสือที่น่าสนใจจากแบงก์ชาติได้ที่นี่



#### เศรษฐศาสตร์เล่มเดียวพอ

เป็นหนังสือที่จะทำให้เห็นว่า “เศรษฐศาสตร์” เป็นเรื่องใกล้ตัว และไม่ได้ยากอย่างที่หลายคนคิด หนังสือเล่มนี้ ไม่เพียงเป็นหนังสือเสริมสำหรับนักเรียนเท่านั้น แต่ตั้งใจให้ประชาชนทั่วไปได้อ่านและนำไปใช้ประโยชน์ได้ด้วย ช่วยให้มีความคิดในการตัดสินใจเลือกได้ดียิ่งขึ้น เข้าใจที่มาที่ไปของสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ตลอดจนเรื่องราวต่าง ๆ ในเรื่องเศรษฐกิจ เช่น ทำไมราคาสินค้าขึ้นเดียวกันถึงมีช่วงที่ราคาถูกและราคาแพงแตกต่างกันออกไป เป็นต้น

หนังสือเล่มนี้น่าจะเป็นจุดเริ่มต้นให้ผู้อ่านสนใจวิชาเศรษฐศาสตร์มากขึ้น อาจเป็นแรงบันดาลใจให้เยาวชนหลายคนเลือกศึกษาเศรษฐศาสตร์ในระดับที่สูงขึ้นไป หรืออย่างน้อยก็ใช้เป็นประเด็นในวงสนทนากับเพื่อน ๆ เพื่อถกเถียงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ได้ ซึ่งการมีหลักคิดที่ถูกต้อง จะนำไปสู่การตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สุดท้ายก็จะนำพาเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

## RECOMMENDED! ONLINE CONTENT



#### บทความ

#### Smart City มิติใหม่ของการพัฒนาเมือง Case Study: ขอนแก่นโมเดล

มาทำความรู้จักกับองค์ประกอบของ smart city และตัวอย่างความสำเร็จของการพัฒนาเมืองขอนแก่น ที่มีเอกชนเป็นผู้ขับเคลื่อน รวมถึง 5 ปัจจัยที่ทำให้ขอนแก่นก้าวข้ามข้อจำกัดสู่การเป็น smart city เมืองแรก ๆ ของไทย

<https://bit.ly/3qbVrDb>



#### บทความ

#### Data: ตัวช่วยสำคัญทางธุรกิจ ในโลกหลัง COVID-19

ในยุคที่ข้อมูลมีค่าเหมือนทองคำ บทความนี้จะพาทำความรู้จักว่าข้อมูล (data) คืออะไร มาจากช่องทางใด และต้องวิเคราะห์อย่างไร รวมถึงตัวอย่างของการนำข้อมูลมาใช้ในการธุรกิจต่าง ๆ อย่างน่าสนใจ

<https://bit.ly/2K56WNI>



#### งานศึกษา

#### พลิกวิกฤตเป็นโอกาส : ลงทุนอย่างไร ให้เติบโตอย่างยั่งยืนในโลก หลัง COVID-19

สำหรับผู้สนใจเศรษฐกิจไทยภาพกว้าง และสงสัยว่าทำไมตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยเติบโตในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาค งานศึกษานี้ จะชี้ให้เห็นถึงปัญหาเชิงโครงสร้างในมิติที่สำคัญ อาทิ สัดส่วนการลงทุนต่อ GDP ของไทยควรอยู่ที่ระดับใด? รูปแบบการลงทุนของไทยควรเป็นเช่นไร? เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจโลกใหม่หลังวิกฤตโควิด 19

<https://bit.ly/3i73636>



#### Podcast

#### การโอนเงินผิดบัญชี

ในยุคที่การโอนเงินกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ด้วยความคุ้นเคยและเร่งรีบจนบางครั้งก็โอนเงินผิดบัญชี จะทำอะไรดี? พอดแคสต์นี้จะนำเสนอสิ่งที่ต้องทำ ทั้งกรณีที่เราเป็นผู้โอนเงินและเป็นผู้รับเงิน เพื่อขอรับเงินคืน ส่งเงินคืนให้เจ้าของ และหลีกเลี่ยงการฉ้อโกงของมิจฉาชีพที่อาจแฝงตัวมากับการโอนเงินผิดบัญชี

<https://bit.ly/2LmvF0c>



#### Youtube

#### สัมมนาวิชาการ สปท. สำนักงานภาค 63 กับเสวนา ชวนคุยชวนคิด “ปรับตัวธุรกิจท้องถิ่นในโลกใหม่ อย่างยั่งยืน”

ส่วนหนึ่งจากงานสัมมนาวิชาการ สปท. สำนักงานภาค ประจำปี 2563 ที่ผ่านมา โดยได้รับเกียรติจากคุณมารุต ชุ่มขุนทด ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง Class Café และคุณยอด ชินสุภัคกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้งแอปพลิเคชัน Wongnai ได้มาแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเตรียมตัวเข้าสู่โลกที่ไม่แน่นอน การปรับกระบวนการทำงานเพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดหลังวิกฤตโควิด 19

<https://bit.ly/2LLBXGs>

