

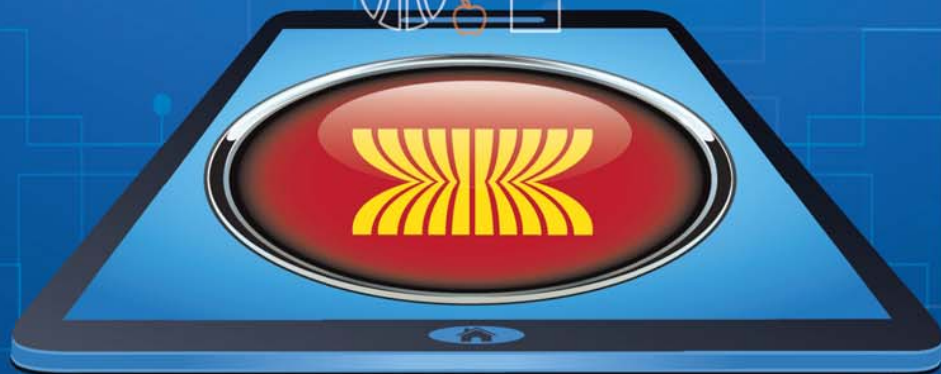
POLICY BRIEF

การประเมินศักยภาพและโอกาสของ
ประเทศสมาชิกอาเซียน

ในตลาด

ASEAN

E-commerce



รายงานสรุปเชิงนโยบาย (Policy Brief)

โครงการวิจัยเรื่อง

“การประเมินศักยภาพและโอกาสของประเทศสมาชิกอาเซียนในตลาด ASEAN E-commerce”

การค้าอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-commerce เป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการและผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งมีสัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึง 199 ล้านคน มีผู้เป็นสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook สูงสุดถึง 177 ล้านบัญชี ในปี 2556 มูลค่าการค้าของตลาด E-commerce แบบธุรกิจสู่ลูกค้า (B2C) มีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 500 - 1,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของยอดค้าปลีกของอาเซียน และมีโอกาสขยายตัวทางการค้ามากขึ้นในระยะยาว นอกจากนี้ในแผนแม่บทไอซีทีอาเซียน 2015 (ASEAN ICT Masterplan 2015) กำหนดให้การพัฒนาตลาดอาเซียน E-commerce เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักในการดำเนินงาน ส่งผลให้ประเทศสมาชิกอาเซียนซึ่งต่างมีแผนพัฒนาประเทศทั้งในส่วนของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและแผนพัฒนาไอซีทีของประเทศตนเองอยู่แล้ว ได้มีการนำแผนแม่บทไอซีทีอาเซียน มาร่วมประกอบการพัฒนาแผนพัฒนาไอซีทีฉบับใหม่ ๆ ของประเทศตนเองด้วย ทั้งนี้ การตื่นตัวและการให้ความสำคัญกับเรื่องไอซีที (ICT) ในภูมิภาคอาเซียนของรัฐบาลทั้ง 10 ประเทศ ทำให้มีการจัดทำแผนแม่บทไอซีทีอาเซียน 2020 (ASEAN ICT Masterplan 2020) เพราะทุกประเทศต่างเห็นพ้องต้องกันต่อความสำคัญในการพัฒนาประเทศโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ ผลการวิจัยนี้พบว่า ประเทศที่มีความโดดเด่นในเรื่องการเปลี่ยนผ่านสู่การใช้เทคโนโลยีนำเศรษฐกิจ และทำให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง คือ ประเทศสิงคโปร์ ที่ประกาศนโยบาย Smart Nation และประเทศมาเลเซีย เป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในการเป็นฮับของอาเซียนทางด้านมัลติมีเดีย รวมถึงการเป็นศูนย์กลางตลาด E-commerce

สำหรับประเทศไทย รัฐบาลไทยในอดีตจนถึงปัจจุบัน มีนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีมาตลอดกว่า 10 ปี แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่สร้างความวุ่นวายในประเทศในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ทำให้นโยบายสู่ภาคปฏิบัติในการพัฒนาประเทศด้านไอซีที (ICT) ขาดความต่อเนื่อง ที่เห็นเป็นรูปธรรมและมีการทำงานอย่างจริงจังคือรัฐบาลในชุดปัจจุบัน ซึ่งก็คือรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มีนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล ในการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศ และให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และการส่งเสริมอุตสาหกรรมดิจิทัล 4.0 มีการดำเนินการจัดทำกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและพัฒนาประเทศไทย

ในภาคเอกชนไทย กระแสการทำธุรกิจออนไลน์ หรือ การค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ได้มีการพัฒนาการมาเป็นระยะเวลาประมาณ 10 ปี แต่เริ่มได้รับความนิยมในระยะ 2 - 3 ปีที่ผ่านมา อาทิ อัตรารุ่งที่

ทำให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดออนไลน์ในประเทศไทยและอาเซียน แม้ว่าโอกาสทางการตลาดในประเทศไทยและตลาดอาเซียนยังมีอีกมากมาย แต่ด้วยข้อจำกัดของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งด้านแหล่งเงินทุน ทักษะด้านเทคโนโลยี ด้านการสื่อสารภาษา ด้านข้อจำกัดความรู้ทางกฎหมาย ธุรกิจและกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ การจะใช้โอกาสของการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในการขยายธุรกิจหรือขยายตลาดสินค้าและบริการ ผ่านการค้าข้ามพรมแดนด้วยระบบออนไลน์ จึงเป็นเรื่องท้าทายที่ทางภาครัฐต้องมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ที่ทำธุรกิจ E-commerce ให้ได้ขยายตลาดไปสู่ภูมิภาคอาเซียน และออกนโยบายที่เหมาะสมทั้งในระดับประเทศไทยเองและความร่วมมือในกลุ่มประเทศอาเซียนที่จะช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs

จากความตระหนักปัญหาดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพและโอกาสของประเทศสมาชิกอาเซียนในตลาด ASEAN E-commerce มีวัตถุประสงค์ แบ่งออกเป็น 5 วัตถุประสงค์หลัก คือ (1) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตลาด E-commerce ในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเน้นการศึกษาวิเคราะห์ตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ E-commerce โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคม รวมถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า (Logistics) (2) เพื่อวิเคราะห์โอกาส ความท้าทายและเส้นทางเข้าสู่ตลาดอาเซียน E-commerce ของผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน (3) เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อพัฒนาศักยภาพของตลาดอาเซียน E-commerce (4) เพื่อนำองค์ความรู้มาพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐ เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ในตลาดอาเซียน E-commerce และ (5) เพื่อนำองค์ความรู้จากการศึกษาวิจัยมาประกอบการฝึกอบรมของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์ของปัญหาในปัจจุบันที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของประเทศไทยมี 6 ประการ คือ

- (1) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยด้าน E-commerce หรือที่เกี่ยวข้องยังอยู่ในวงจำกัด เพราะแหล่งข้อมูลข่าวสารมีมากมายและกระจัดกระจายไปอยู่หลายหน่วยงาน
- (2) การขาดแคลนบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีทักษะด้าน E-commerce และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
- (3) ภาคเอกชนขาดทักษะการสื่อสารด้านภาษาอังกฤษ หรือภาษาในอาเซียน เมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศในกลุ่มอาเซียน และขาดข้อมูล ความรู้ ทักษะด้าน E-commerce ที่ทันสมัย ทั้งกลุ่มที่จะเข้าสู่ธุรกิจใหม่และกลุ่มธุรกิจเดิม
- (4) ระบบการรักษาความปลอดภัย ของ E-commerce ยังไม่มีการพัฒนา กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมออนไลน์ยังไม่ครบถ้วน

(5) สภาพการแข่งขันในธุรกิจ E-commerce ที่นับวันจะทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากคู่แข่ง ทุนต่าง ๆ จากต่างประเทศกำลังหลั่งไหลเข้ามาสู่ประเทศไทยส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการ E-commerce ไทย ไม่สามารถเติบโตสู่ระดับอาเซียนได้

(6) การขาดความร่วมมือเชิงบูรณาการในลักษณะห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และ Cluster ทั้งผู้ประกอบการ SMEs เองและผู้ให้การสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้ขาดเอกภาพหรือ “พลัง” ในการสร้างอำนาจต่อรองต่าง ๆ ด้าน Cross-Border Trading กับกลุ่มอาเซียน

ดังนั้น การที่ภาครัฐจะช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยได้ มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในด้านต่าง ๆ เรียงลำดับตามความสำคัญและความเร่งด่วน ดังนี้

1. ปัญหาด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีมากมายแต่กระจัดกระจาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
(1) การพัฒนาและวางระบบรวมศูนย์ “One Stop Service” ให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว บูรณาการหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน ส่งเสริม การค้าที่เกี่ยวข้องกับ E-commerce เข้าด้วยกัน และการค้าในระบบปกติกับการค้าที่เป็น E-commerce ด้วยในลำดับถัดมา (2) การสร้างเครือข่าย ฐานข้อมูลกลางสำหรับระบบนิเวศการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Ecosystem) ภาครัฐและภาคเอกชนด้าน E-commerce ในลักษณะ “Knowledge Tank: E-commerce”
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร กรมสรรพสามิต กรมสรรพากร) สภาอุตสาหกรรมสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมธนาคารไทย

ที่มา : คณะผู้ดำเนินงานวิจัย, มิถุนายน 2559.

2. ปัญหาด้านการขาดแคลนบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีทักษะด้าน E-commerce

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
(1) การวางแผนเพิ่มกำลังคนสู่ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับ E-commerce ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (2) พัฒนาการศึกษาด้าน E-commerce ทั้งในและนอกระบบ เพื่อเร่งผลิตบุคลากรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับ E-commerce ทั้งระดับอาชีวศึกษา และระดับปริญญา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร กรมสรรพากร)

ที่มา : คณะผู้ดำเนินงานวิจัย, มิถุนายน 2559.

3. ปัญหาภาคเอกชนขาดข้อมูล ความรู้ ทักษะสำคัญในการค้าขายแบบ E-commerce

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
(1) จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมผู้ประกอบการ SMEs และกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ด้าน E-commerce ตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ด้วยรูปแบบเน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเน้นการปฏิบัติจริงแบบ workshop (2) พัฒนาความร่วมมือและจัดสรรงบประมาณในการทำวิจัยเชิงลึกระหว่างประเทศเกี่ยวกับ E-commerce และจัดให้มี Sharing Session สำหรับผู้ประกอบการ SMEs อย่างต่อเนื่อง
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงแรงงาน กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์

ที่มา : คณะผู้ดำเนินงานวิจัย, มิถุนายน 2559.

4. ปัญหาด้านระบบการรักษาความปลอดภัยของ E-commerce

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
(1) จัดตั้งหน่วยงานที่ให้คำแนะนำด้านแนวทางปฏิบัติ และดูแลด้านความปลอดภัยโดยเฉพาะ (2) มีหน่วยงานรับรอง (Certification Body) รับรองสร้าง “ความน่าเชื่อถือ (Trust)” ในกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholder) (3) เร่งออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ E-commerce
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงการคลัง (กรมสรรพากร) กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) กระทรวงอุตสาหกรรม บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่มา : คณะผู้ดำเนินงานวิจัย, มิถุนายน 2559.

5. ปัญหาการรวมกลุ่มในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และ Cluster จากหน่วยงานภาครัฐ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
(1) การพัฒนาและวางระบบการติดต่อข้ามหน่วยงานให้เกิดการรวมศูนย์ มีความยืดหยุ่น คล่องตัว ระบบการติดต่อ “for E-commerce”
(2) สร้างความเข้มแข็งในกลุ่มสมาคม สถาบันต่าง ๆ เพื่อให้เป็นแนวหน้าในการเจรจาความตกลงการค้าระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบการ E-commerce
(3) จัดสรรงบประมาณกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มการค้าแบบข้ามพรมแดน
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ที่มา : คณะผู้ดำเนินงานวิจัย, มิถุนายน 2559.

6. ปัญหาด้านการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นจากผู้ประกอบการต่างชาติ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
(1) การสร้างความร่วมมือในการเชื่อมโยงแบบ Cross-Border ต่าง ๆ อาทิ E-Marketplace Logistic ด้วยความร่วมมือทวิภาคี
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
สภาธุรกิจไทย - เวียดนาม สภาธุรกิจไทย - มาเลเซีย หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ที่มา : คณะผู้ดำเนินงานวิจัย, มิถุนายน 2559

บทสรุป (Conclusion)

นโยบายหลัก และเร่งด่วนในระยะสั้น (6 เดือน - 1 ปี) จากข้อเสนอแนะต่าง ๆ ทั้งหมดที่กล่าวมา มี 3 ด้าน ดังนี้

(1) การเร่งรัดจัดทำแผนพัฒนากำลังคนภาคธุรกิจบริการ (เน้นกลุ่มคนที่อยู่ใน Cluster เศรษฐกิจดิจิทัล) ในระยะยาว (5 - 10 ปี) แผนนี้ควรจะต้องสอดคล้องประสานกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนและนโยบายการปฏิรูปการศึกษา และนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลไทยแลนด์ การดำเนินงานตามแผนดังกล่าวนี้จะส่งผลกระทบในวงกว้างทั้งประเทศ เพราะจะทำให้ทุกหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศไทยสามารถนำแผนดังกล่าวไปประกอบการวางแผนงานกำลังคน และแผนกลยุทธ์อื่น ๆ ในกระทรวง หรือองค์กรของตนเองได้ต่อไปในระยะยาว เพราะ

หัวใจของธุรกิจบริการ คือ ทรัพยากรมนุษย์ ที่มีความรู้ ศักยภาพเฉพาะ ซึ่งประเทศไทยมีความสามารถเชิงได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการให้บริการอยู่แล้ว

(2) การจัดทำความร่วมมือทวิภาคีระหว่างไทย - มาเลเซีย และ ไทย - เวียดนาม ในข้อตกลงต่าง ๆ ที่สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs อาทิ เชื่อมโยง E-Marketplace ระหว่างประเทศ ซึ่งภาคเอกชนสามารถรวมกลุ่มในลักษณะ Cluster เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและเจรจาและอาจมีภาครัฐเป็นผู้นำได้ เช่น กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

(3) การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD) อาจร่วมมือกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนาต่าง ๆ ในการนำหัวข้อการฝึกอบรมและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการฝึกอบรมที่เป็นไปตามความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs ไปจัดหลักสูตรฝึกอบรมได้ทันที ซึ่งสามารถเร่งรัดพัฒนาความรู้และทักษะให้กับผู้ประกอบการในกรุงเทพหรือต่างจังหวัด ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในระยะปานกลาง (1 - 3 ปี) มี 3 ด้าน คือ (1) การจัดตั้งคลังข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจแบบ Realtime หรือ Knowledge Tank ด้าน E-commerce (2) การบูรณาการความร่วมมือและการเป็นเอกภาพ (Unity) ของหน่วยงานภาครัฐ ในลักษณะเบ็ดเสร็จจุดเดียวทางด้าน E-commerce สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในนโยบายที่ 1 และ 3 สามารถใช้ช่วงเวลาที่จะมีการปรับโครงสร้างกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการจัดทำฐานข้อมูลกลางของประเทศที่สำนักงานสถิติแห่งชาติเป็นเจ้าภาพหลัก หรือและดำเนินการ (3) การพัฒนา “คุณภาพ” ของสินค้าและบริการ ให้ได้ “มาตรฐาน” นโยบายระยะปานกลางนี้ หน่วยงานหลักที่มีบทบาทสำคัญมีมากมายหลายกระทรวง อาทิ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม ทั้งนี้ หน่วยงานหลักที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว คือ คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ทั้งนี้ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD) ควรนำเสนอข้อมูลให้กับคณะกรรมการชุดดังกล่าวได้พิจารณาในวาระการประชุม หรือทางเลือกต่อมา คือ การจัดระดมสมองเชิญหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการนำเสนอข้อมูลจากผลการวิจัยให้พิจารณาและมีการหารือร่วมกันถึงภาคปฏิบัติต่อไป ข้อคิดสำหรับการนำนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติในเรื่องนี้ นับว่าเป็นเรื่องท้าทาย เนื่องจากภาคธุรกิจบริการ E-commerce สำหรับผู้ประกอบการ SMEs นี้ มีลักษณะเฉพาะ มีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย การประสานงานที่เน้นการสื่อสาร ให้เกิดการรับรู้ และเห็นความสำคัญจึงเป็นเรื่องสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ



ที่ปรึกษา

ดร.กมลินทร์ พิณิจภูวดล ผู้อำนวยการ
สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)

บรรณาธิการ

นายมนู สิกธิประศาสน์
นายวิมล ปั่นคง
นางสาวนิโลบล ศรีรัตน์

รายนามคณะผู้ดำเนินงานวิจัย

ดร.พุดดี พาสารมย์	หัวหน้าโครงการ
พศ.ดร.ภาณุชาติ บุญยเกียรติ	นักวิจัยหลัก
ดร.จันทจุภา อีสริยภัทร์	นักวิจัยหลัก
ดร.ศักดิพล เจือศรีกุล	นักวิจัยหลัก
พศ.ฐะปะนีย์ มะลิซ้อน	นักวิจัยหลัก
นางสาวมนสิษา แดงรัศมีโสภณ	ผู้ช่วยนักวิจัย
นางวิไล สุขสมยุติ	ผู้ช่วยนักวิจัย

ออกแบบรูปเล่ม : นายปวิธ ดวงสนธิ์

จัดพิมพ์โดย

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)
อาคารวิทยพัฒนา ชั้น 8 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์ 12 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ 10330

อีเมล : info@itd.or.th

เว็บไซต์ : www.itd.or.th


โทรศัพท์ : 66+ (0) 2216 1894-7

โทรสาร : 66+ (0) 2216 1898-9

ITD e-book  
ดาวน์โหลดได้แล้ววันนี้

 Find us on Facebook 



ITD e-Library  
ดาวน์โหลดได้แล้ววันนี้

www.itd.or.th



International Institute for
Trade and Development
สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา