

อนาคต...กับธุรกิจส่งออกบริการของโลก

จากธุรกิจท่องเที่ยวถึงธุรกิจดีไซน์.... ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา การส่งออก ธุรกิจบริการจากนานาชาติได้เพิ่มบทบาทกับการค้าโลกมากขึ้น การค้าในรูปแบบส่งออกแบบเดิมเริ่มเปลี่ยนไป เพราะเทคโนโลยีขั้นสูงได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขายและบริหารงานขององค์กรต่าง ๆ

ธุรกิจส่งออกบริการได้ขยายตัวอย่างมากในช่วงที่ผ่านมา เชื่อว่าขยายตัวมากกว่าการส่งออกสินค้า ด้วยไป อย่างไรก็ตาม การวัดมูลค่าการส่งออกบริการยังคงมีข้อจำกัดและทำได้ยาก ต่างจากการคำนวณการ ซื้อขายผ่านท่าเรือต่าง ๆ จึงทำให้ไม่สามารถแสดงมูลค่าได้ชัดเจน ตัวอย่างของการส่งออกบริการ หมายรวม ไปถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต การดาวน์โหลดดนตรีและภาพยนตร์ หรือการออกแบบสินค้า ต่าง ๆ เป็นต้น

สถาบันเศรษฐศาสตร์ Oxford ได้ทำการศึกษาข้อมูลด้านธุรกิจส่งออกบริการ พบว่า ในปี 2573 การส่งออกบริการจากประเทศต่าง ๆ จะมีมูลค่ารวมกันกว่าร้อยละ 25 ของการค้าโลก โดยแต่ละประเทศนั้น จะพยายามสร้างจุดเด่นและนโยบายเอื้อประโยชน์ต่อนักลงทุนของธุรกิจบริการในประเทศตัวเอง ประเทศ เศรษฐกิจชั้นนำ อาทิ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนี ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และไอร์แลนด์ ยังสามารถ สร้างรายได้จากการส่งออกธุรกิจบริการในประเทศแม้ว่าจะในอยู่ช่วงประสบวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ กรณี ตัวอย่างเมื่อครั้งสหราชอาณาจักรเผชิญภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจปี 2008-2009 แต่ยังสามารถพัฒนาและ สร้างความได้เปรียบจากธุรกิจโฆษณา ออกแบบ และงานสถาปนิก แทนที่พึ่งพาการส่งออกสินค้าเพียงอย่าง เดียว

ปัจจุบันมูลค่าของการส่งออกธุรกิจบริการของประเทศเหล่านั้น คิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ 44 ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น (เทียบกับร้อยละ 30 จากเมื่อปี 2543) อย่างไรก็ตาม ประเทศกำลังพัฒนาอย่างจีน และอินเดียต่างเร่งพัฒนาภาคธุรกิจบริการของตนเองจนกลายมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญ โดยเฉพาะในจีนที่มีการ ท่องเที่ยวขยายตัวอย่างมากส่งให้ประเทศขยับตัวขึ้นมารั้งอันดับ 3 ของผู้ส่งออกบริการรายใหญ่ของโลก ตามหลังเพียงสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร

ในส่วนของอินเดียนั้นที่พยายามสร้างจุดแข็งของตลาดเฉพาะกลุ่ม (Special Niche) ประกอบกับ พื้นฐานด้านภาษาอังกฤษของแรงงานในประเทศ จึงทำให้สามารถพัฒนาด้านบริการ IT หรือด้านการธนาคาร ได้อย่างชั้นนำของโลก และถือเป็นตัวผลักดันเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 ของ การส่งออกของอินเดีย

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่น ๆ

อย่างไรก็ดี ทั้งจีนและอินเดียยังคงมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพงานบริการของตนเอง พัฒนาแรงงานไปสู่
ชนชั้นกลางและเพิ่มการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานงานดิจิทัลมากขึ้น เพื่อการเป็นผู้นำไปสู่การค้าสากล การ
พัฒนาของเทคโนโลยีจะเปลี่ยนรูปแบบการค้าในอนาคต เพิ่มโอกาสทางการค้าสำหรับธุรกิจบริการขนาดเล็ก-กลาง
จากแค่ที่เคยจำกัดในวงการเกมส์และบันเทิงไปสู่ด้านการศึกษาและค้าขายทางออนไลน์มากขึ้น

ที่มาข้อมูล : <http://www.tfocanada.ca/news.php?item=3961>

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสคต. เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีอนาคต ดังนั้นไทยจะพึ่งพาแต่
ภาคการส่งออกเพียงอย่างเดียวต่อไปอีกไม่ได้ ควรต้องผลักดันให้เป็นผู้ส่งออกธุรกิจบริการให้ได้เพิ่มมาก
ขึ้นด้วย สืบเนื่องจากขณะนี้ปัจจัยเสี่ยงต่อเศรษฐกิจและภาคการส่งออกของไทยมีมากขึ้น ทั้งบริษัทข้ามชาติ
หันไปลงทุนในอินโดนีเซีย เวียดนามและเมียนมาร์มากกว่าไทย รวมทั้งคู่ค้ารายใหญ่อย่างจีนหันมาใช้
วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศมากขึ้น ตลอดจนข้อกีดกันทางการค้าและการรวมกลุ่มทางการค้าในแต่ละทวีป
หรือกลุ่มประเทศที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทำให้การค้ามักเอื้อกันเฉพาะกลุ่ม ซึ่งหากไทยมิได้เป็นส่วน
หนึ่งนั้นย่อมที่จะเสียประโยชน์ทางการค้าแน่นอน

ทั้งนี้ ข้อได้เปรียบของธุรกิจบริการยังมีการกีดกันทางการค้าที่น้อย ธุรกิจขนาดเล็กสามารถทำ
การค้าข้ามชาติได้ด้วยเพียงระบบอินเทอร์เน็ต นั่นหมายถึง ธุรกิจบริการจะมีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจ
โลกในอนาคต

เทรนอาหารสุขภาพแคนาดาปี 2560

ฝ่ายการตลาดซูเปอร์มาร์เก็ต Wholefood ผู้นำห้างค้าปลีกสุขภาพรายใหญ่ในตลาดอเมริกาและแคนาดา ได้เผยข้อมูลสินค้าสุขภาพ 10 อันดับที่สุดคาดว่าจะได้รับความนิยมในปี 2560

ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว ยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่อง โดยแทนที่จะเป็นน้ำมันมะพร้าวหรือน้ำมันมะพร้าวซึ่งอยู่ในช่วงตลาดอิ่มตัวแล้ว ผู้ประกอบการลองนึกถึงผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่สามารถทำจากมะพร้าวได้อีกไม่ว่าจะเป็นแป้ง แผ่นแป้งทอที่ยา มันฝรั่งทอด ไอศกรีม เนย เป็นต้น แต่ที่โดดเด่นสุดในปี 60 ในกลุ่มสินค้ามะพร้าวน่าจะเป็นน้ำตาลมะพร้าว (coconut sugar)

พาสต้าสูตรดั้งเดิม หลังจากที่เราเคยเห็นรายการสุขภาพได้รับความนิยมมากมาย จึงได้มีพาสต้าสูตรพิเศษที่ทำจากผัก ถั่ว และธัญพืชต่าง ๆ เข้ามาจำหน่ายในตลาดมากมายนั้น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเรียกร้องเส้นสูตรต้นตำรับกลับมา ทำให้คาดว่าในปี 2560 เมนูพาสต้าสูตรทำจากแป้งแบบดั้งเดิมกลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง

อาหารสีม่วง ไม่น่าจะเป็นดอกกะหล่ำม่วง ข้าวสีม่วง หน่อไม้ฝรั่งม่วง ผออะคาริ มันฝรั่งม่วง ข้าวโพดสีม่วง เพราะถือว่ามีสารอาหารชั้นดีและสารต่อต้านอนุมูลอิสระประกอบ

น้ำเพื่อสุขภาพ นอกเหนือจากน้ำผลไม้สดแล้ว เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมเพื่อสุขภาพไม่ว่าจะเป็นไบควา (Kava) ไบโหระพา ขมิ้น น้ำส้มสายชูแอปเปิ้ล เหน็ด Reishi เหน็ด Chaga จะมาแรงในปีหน้านี้

เครื่องสำอางสกัดจากธรรมชาติ โดยต้องผสมสูตรการบำรุงผิวไปในตัว ตลอดทั้งควรใช้ง่าย ไม่ต้องใช้อุปกรณ์แต่งหน้าหรือแปรงโดยเฉพาะ

ใช้ประโยชน์ส่วนที่เหลือจาก

การผลิตอาหาร โดยกลับมาประยุกต์ใช้ใหม่ เพราะส่วนที่เหลือหรือค้างจากการผลิตบางอย่างนั้นยังคงคุณค่าของสารอาหารอยู่ อาทิ หางนม (whey) นำมาผลิตเป็นเครื่องดื่มโปรไบโอติก หรือน้ำที่เหลือจากผลิตน้ำมันมะกอกนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดครัวเรือน เป็นต้น

เครื่องปรุงอาหารรสชาติใหม่ๆ

ที่มักไม่ค่อยคุ้นตาเริ่มมีมาวางจำหน่ายมากขึ้น อาทิ แยมพริกฮาลาพิโน่ ซอสกระเทียมดำ ไชร์ปลุกเดท แยมลูกพลัมผสมเมล็ดเชีย เป็นต้น



เครดิตภาพ : Canadian Grocer

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่น ๆ

อาหารหรือขนมขบเคี้ยวสไตล์ญี่ปุ่น โดยเชื่อว่าอาหารหรือสแน็กที่มีการนำวัตถุดิบจากญี่ปุ่น อาทิ ซอสพอนชู มิโสะ ซอสมิริน น้ำมันงา น้ำส้มสายชูพลัม จะกลายเป็นเทรนในปี 60 โดยเฉพาะประเภทของอาหารเช้าและของหวาน/ขนมขบเคี้ยว

ข้อจำกัดด้านการปรุงอาหาร การปรุงอาหารโดยใช้เวลารวดเร็ว มีประโยชน์ต่อสุขภาพและลดปริมาณขยะ ยังเป็นหัวใจหลักของผู้บริโภคแคนาดา ทั้งนี้ เชื่อว่าในปีหน้าผู้บริโภคส่วนมากจะเตรียมอาหารแบบซื้ออาหารสำเร็จรูปบางส่วนและปรุงเองบางส่วน เพื่อให้ทันต่อมืออาหารแต่ละวัน

เป็นผู้บริโภคแบบ “Flexitarian” คือออกแบบสไตล์การรับประทานอาหารของตนเอง ไม่เคร่งครัดกับการเป็นมังสวิรัตหรือกลูเตนฟรีมากเกินไป มีความยืดหยุ่น แต่ยังเน้นแนวรักษาสุขภาพเหมือนเดิม ตัวอย่างสไตล์ Flexitarian ได้แก่ ทานมังสวิรัตก่อน 6 โมงเย็น หรือ เพลิโอไดเอท (Paleo Diet) 5 วันต่อสัปดาห์ เป็นต้น

ที่มาข้อมูล http://www.canadiangrocer.com/photo-gallery/whole-foods-names-product-trends-for-2017-69861?utm_source=EmailMarketing&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter#2702-whole-foods-top-10-trends-for-2017

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสกต. ไทยในฐานะผู้ส่งออกอาหารที่สำคัญของตลาดโลก การศึกษาแนวโน้มตลาดตลอดจนแนวคิดของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าและบริการให้รับมือกับกระแสดังกล่าวอย่างทันที่ ไม่ควรปิดกั้นรูปแบบอาหารแนวเดิม เพราะกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ชอบที่จะทดลองอาหารที่หลากหลายมากขึ้น ตลอดทั้งยังคำนึงถึงสุขภาพและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

จัดทำโดย... สกต.แวนคูเวอร์ และ สกต. โตรอนโต