

แผนพิมพ์เขียวเศรษฐกิจดิจิทัลมาเลเซีย (Digital Economy Blueprint)



ที่มา: หนังสือพิมพ์ The edge markets

Tan Sri Muhyiddin Yassin นายกรัฐมนตรีมาเลเซียเปิดตัวแผนพิมพ์เขียวเศรษฐกิจดิจิทัลมาเลเซียระยะเวลา 10 ปี (10-year Digital Economy Blueprint) เพื่อใช้เป็นแนวทางเปลี่ยนแปลงมาเลเซียไปสู่ประเทศเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีรายได้สูง และขึ้นเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาค

โดยแบ่งการดำเนินการเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย:

- ระยะที่ 1 (ปี 2564-2565): วางรากฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเตรียมพร้อมให้ภาคส่วนต่างๆ สามารถปรับตัวเข้าสู่ระบบดิจิทัล
- ระยะที่ 2 (ปี 2566-2568): ผลักดันการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล โดยเน้นให้ทุกภาคส่วนธุรกิจและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม
- ระยะที่ 3 (ปี 2569-2573): วางตำแหน่งให้มาเลเซียเป็นผู้นำด้านดิจิทัลในภูมิภาค ทั้งในด้านการผลิตสินค้าดิจิทัลและการให้บริการด้านดิจิทัล

โดยตามพิมพ์เขียวข้างต้น รัฐบาลได้วางเป้าหมายไว้ดังนี้:

ภายในปี 2565

- ทุกกระทรวงและหน่วยงานจะต้องเป็นสังคมไร้เงินสด
- ข้อมูลของภาครัฐร้อยละ 80 จะต้องจัดเก็บในระบบ Cloud
- ผู้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศระดับสูง (CIO) มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในองค์กรทุกกระทรวง

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

- แพลตฟอร์ม OSC 3.0 Plus online จะถูกใช้เป็นช่องทางในการพัฒนาควบคุมองค์กรท้องถิ่น สำหรับแผนพัฒนาองค์กร การชำระเงินออนไลน์ และสามารถให้หน่วยงานหน่วยงานด้านเทคนิคตรวจสอบผลลัพธ์ในระบบได้
- การทำธุรกรรมชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์คาดว่าจะเกิดขึ้น 400 รายการต่อคน
- มอบอำนาจให้หน่วยงานแผนการจัดการและการทำให้การบริหารทันสมัยของมาเลเซีย (MAMPU) เป็นที่ปรึกษา หนึ่งในสมาชิกโครงการ และผู้เชี่ยวชาญโครงการที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลทั่วประเทศ

ภายในปี 2568

- ชาวมาเลเซียทุกคนพร้อมเรือสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้
- เกิดการเรียนรู้การสอนแบบออนไลน์: My Device, My Digital Teacher Programme
- เศรษฐกิจดิจิทัลมาเลเซียจะคิดเป็นร้อยละ 22.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)
- ดิจิทัลธุรกิจ Startup 2-5 แห่งที่เติบโตจนมีมูลค่าบริษัทมากถึง 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (หรือประมาณ 33,000 ล้านบาท)
- เกิดการลงทุนด้านดิจิทัลรวม 70,000 ล้านบาท (518,000 ล้านบาท)
- ภาครัฐดำเนินการให้บริการการธุรกรรม/เอกสารออนไลน์ต่างๆตั้งแต่ต้นจนจบ
- กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรดแบนด์สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานระดับรัฐบาลกลางและระดับรัฐ (พระราชบัญญัติการปกครองท้องถิ่น พ.ศ. 2519 และพระราชบัญญัติถนนการระบายน้ำและอาคาร พ.ศ. 2517 [พระราชบัญญัติ 133]) จะได้รับการปรับปรุง
- ทุกกระทรวงและหน่วยงานใช้ MyGDX แพลตฟอร์มการแลกเปลี่ยนข้อมูลกลางของรัฐบาลมาเลเซีย มีทั้งข้อมูลทั่วไปที่อ้างอิงโดยหน่วยงานของรัฐและข้อมูลที่มาจากแหล่งข้อมูลดั้งเดิม
- ทุกโรงเรียนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ มีการสนับสนุนเงินทุนจากภาคเอกชนและองค์กรภาคประชาสังคม (CSOs)
- อุตสาหกรรมการจัดเก็บข้อมูล และบริหารระบบขององค์กรท้องถิ่นจะสามารถสร้างรายได้ 36,000 ล้านบาท (266,400 ล้านบาท)
- ดำเนินการติดตั้งสายเคเบิลใต้น้ำมากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ภายในปี 2573

- มาเลเซียจะกลายเป็นผู้ผลิตสินค้าดิจิทัลในภูมิภาคและผู้ให้บริการดิจิทัลแบบศูนย์รวม (DSP)

นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

ความเห็นของ สคต. และโอกาสของผู้ประกอบการไทย

สำหรับแผน MyDigital ที่รัฐบาลมุ่งเน้นในการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน สคต. เห็นว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบาย รัฐบาลมาเลเซียจะให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อน 5 ด้าน คือ

1. เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น โครงข่าย 5G และ เทคโนโลยี cloud Computing
2. แสวงหาโอกาสทางการค้าด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีของสินค้าและบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
3. พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของแรงงานในประเทศ พร้อมกับสร้างแรงดึงดูดผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกัน
4. เร่งปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาประเทศในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล
5. ขยายโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอื่นๆ นอกเหนือจากแหล่งเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์ เช่น การสนับสนุนเงินทุนในรูปแบบของ Venture Capital ภายใต้โครงการ Per Dana Penjana Initiative ซึ่งอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงการคลัง

แม้รัฐบาลจะยกระดับระบบโครงสร้างพื้นฐานของประเทศให้เข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น แต่ความต้องการการบริโภคของประชากรในประเทศจะยังคงไม่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มอาหาร สุขภาพ และไลฟ์สไตล์ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยควรต้องเตรียมพัฒนาช่องทางการตลาดให้สามารถรองรับกับรูปแบบการค้าในรูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ระบบการบริหารจัดการการขนส่ง และระบบการชำระเงิน ทั้ง การใช้ mobile banking ระบบ online payment และ digital invoice เป็นต้น

ทั้งหมดนี้ ผู้ประกอบการไทยอาจจะต้องลงทุน (เงิน คน และเวลา) เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนไปของมาเลเซียได้ ถึงแม้มาเลเซียจะเป็นตลาดที่มีประชากรน้อยกว่าไทยครึ่งหนึ่ง แต่มีกำลังซื้อ และมีศักยภาพในการซื้อสูง อีกทั้งการปรับตัวเพื่อรองรับกับเศรษฐกิจดิจิทัลซึ่งเป็น megatrend ของโลก เป็นสิ่งที่ไม่อาจเลี่ยงได้ ยิ่งปรับตัวเร็ว ยิ่งมีโอกาสเร็ว

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ