CROSS-BORDER E-COMMERCE 2027

เจาะลึก 4 เทรนด์นวัตกรรมการค้าแห่งอนาคต

พลิกโฉมแบรนด์ไทยสู่สมรภูมิโลก



เปิดโลกการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนเชิงลึก เพื่อผลักดันธุรกิจไทยให้เติบโตในเวทีโลก
รวบรวมข้อมูลตลาดเชิงรุก กฎระเบียบสากล และกลยุทธ์การเข้าถึงผู้บริโภคที่ทันโลก
เพื่อเปลี่ยนความท้าทายให้เป็นโอกาส และสร้างรากฐานการเติบโตที่ยั่งยืนในยุคไร้พรมแดน



การค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนกำลังก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างครั้งสำคัญที่สุดในทศวรรษ เมื่อการแข่งขันในตลาดดิจิทัลไม่ได้หยุดอยู่เพียงแค่การแย่งชิงพื้นที่หน้าจอหรือการทุ่มงบประมาณโฆษณาบนแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลสแบบดั้งเดิมอีกต่อไป บริบทการค้าระหว่างประเทศในยุค 2027 กำลังถูกขับเคลื่อนด้วยระลอกคลื่นเทคโนโลยีขั้นสูงที่เข้ามาเปลี่ยนวิถีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายอย่างสิ้นเชิง ภูมิทัศน์การค้าใหม่นี้เรียกว่า Next-Gen Digital Trade ซึ่งเป็นการหลอมรวมกันระหว่างปัญญาประดิษฐ์เชิงปฏิบัติการ ระบบห่วงโซ่อุปทานอัตโนมัติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Autonomous & Climate-Resilient Supply Chain) และโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินไร้พรมแดนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทย การมองการณ์ไกลเพื่อเตรียมความพร้อมล่วงหน้าจึงไม่ใช่ทางเลือกเพื่อความทันสมัยแต่เป็นยุทธศาสตร์การอยู่รอดเพื่อนำพาธุรกิจให้หลุดพ้นจากสงครามราคาและก้าวขึ้นสู่การเป็นแบรนด์นวัตกรรมที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล





ความซับซ้อนของตลาดโลกยุค 2027 เกิดจากการที่เทคโนโลยีไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการซื้อขาย แต่ได้พัฒนากลายเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในระบบการค้าโดยตรง พฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดส่งออกสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ในอนาคตมีแนวโน้มเปลี่ยนพฤติกรรมจากการค้นหาสินค้าด้วยตนเอง มาเป็นการพึ่งพาปัญญาประดิษฐ์ส่วนบุคคล หรือ AI Agents (เช่น ChatGPT Shopping Action, Google Gemini Agent และ Amazon Rufus) ในการคัดสรร เปรียบเทียบคุณลักษณะ และดำเนินธุรกรรมชำระเงินแทนผู้บริโภคโดยอัตโนมัติ ขณะเดียวกัน มาตรการทางการค้าด้านสิ่งแวดล้อมและความผันผวนของระบบการเงินโลกก็เข้ามากดดัน ส่งผลให้ระบบปฏิบัติการหลังบ้านของผู้ประกอบการต้องมีความแม่นยำและความยืดหยุ่นสูงขึ้น ผู้ประกอบการไทยที่เคยพึ่งพาความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานหรืออัตลักษณ์วัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว จำเป็นต้องทบทวนโครงสร้างธุรกิจเพื่อรองรับกติกาการค้าใหม่ หากขาดการปรับตัวเชิงระบบ จะส่งผลให้สินค้าไทยอาจถูกมองข้ามจากทั้งระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งจะบั่นทอนความสามารถในการแข่งขันระยะยาวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การเตรียมความพร้อมสู่อนาคต จึงต้องเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจสี่เทรนด์นวัตกรรมหลักที่จะเข้ามาพลิกโฉมการค้าโลก บทความฉบับนี้มุ่งเจาะลึกและวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงของ (1) ระบบการค้าที่ขับเคลื่อนด้วย AI หรือ ระบบ AI ซื้อแทนคน (Agentic Commerce) (2) ระบบห่วงโซ่อุปทานอัตโนมัติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Autonomous & Climate-Resilient Supply Chain) (3) การตลาดเฉพาะบุคคลและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น (Micro-Personalization & Hyper-Localization) และ (4) ระบบการชำระเงินข้ามพรมแดนแบบเรียลไทม์ (Cross-Border Real-Time Payment System) เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยสามารถนำข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์ไปประยุกต์ใช้ในการวางรากฐานระบบหลังบ้าน พัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยี และสร้างแต้มต่อทางการค้าเพื่อครองใจผู้บริโภคทั่วโลกได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน





การประยุกต์ใช้นวัตกรรม FinTech และบัญชีหลายสกุลเงิน



ปรากฏการณ์ Agentic Commerce คือ การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมที่สำคัญที่สุดในการค้าดิจิทัลยุค 2027 เมื่อผู้บริโภคทั่วโลกไม่ได้เป็นผู้เดินเข้าสู่แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซเพื่อค้นหาและเปรียบเทียบสินค้าด้วยตนเองอีกต่อไป แต่ได้มอบหมายหน้าที่ดังกล่าวให้แก่ปัญญาประดิษฐ์ส่วนบุคคล หรือ AI Agents ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการตัดสินใจซื้อ ระบบ AI Agents เหล่านี้มีความสามารถในการวิเคราะห์ความต้องการ ประเมินงบประมาณ ตรวจสอบส่วนผสม ตลอดจนเปรียบเทียบเงื่อนไขการจัดส่งและประวัติความยั่งยืนของแบรนด์จากทั่วโลก ในเวลาเพียงไม่กี่วินาที ก่อนจะกดสั่งซื้อสินค้าโดยอัตโนมัติ การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้สมรภูมิการตลาดข้ามพรมแดนเปลี่ยนจากการเอาชนะสายตาและอารมณ์ของมนุษย์ ไปสู่การทำให้ระบบปัญญาประดิษฐ์ค้นพบ เข้าใจ และคัดเลือกสินค้าของไทยให้เป็นคำตอบที่ดีที่สุด

การดึงดูด AI Agents จำเป็นต้องอาศัยการปรับปรุงโครงสร้างข้อมูลสินค้าให้เป็นระบบ เพื่อให้ระบบประมวลผลสามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย (Machine-Readable Data) ผู้ประกอบการไม่สามารถพึ่งพาเพียงภาพถ่ายสินค้าที่สวยงามหรือคำบรรยายการตลาดที่ใช้อารมณ์นำเพียงอย่างเดียว แต่ต้องจัดทำข้อมูลเชิงเทคนิค พิกัดอัตราศุลกากร มาตรฐานความปลอดภัย รายละเอียดวัตถุดิบ และข้อมูลการปล่อยคาร์บอนให้มีความถูกต้อง โปร่งใส และสามารถเชื่อมโยงผ่านระบบ API สากลได้โดยสะดวก เมื่อ AI Agents เข้ามาทำการสืบค้นข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต แบรนด์ที่มีข้อมูลครบถ้วนและมีความน่าเชื่อถือสูงเชิงอัลกอริทึม จะได้รับคะแนนความไว้วางใจและถูกคัดเลือกให้เป็นตัวเลือกแรกในการสั่งซื้อ ดังนั้น การสร้างแบรนด์ในยุค 2027 จึงต้องมุ่งเน้นการสร้าง Algorithmic Trust ควบคู่ไปกับ Consumer Trust



ยิ่งไปกว่านั้น Agentic Commerce ยังลดทอนอิทธิพลของการแข่งขันด้านราคาที่ไม่ยั่งยืน เนื่องจาก AI Agents จะคำนวณมูลค่าความคุ้มค่าที่แท้จริงตลอดอายุการใช้งานสินค้า (Total Value Optimization) โดยคำนึงถึงคุณภาพ ความคงทน ระยะเวลาการจัดส่ง และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าการเลือกจากราคาสินค้าที่ต่ำที่สุด นี่จึงเป็นโอกาสทองสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทยในการชูจุดแข็งด้านคุณภาพตามมาตรฐานสากล และความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคการซื้อขายผ่านระบบอัตโนมัติ ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้สินค้าไทยปักหลักในตลาดโลกได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

Autonomous & Climate-Resilient Supply Chain: ระบบห่วงโซ่อุปทานอัตโนมัติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในยุค 2027 ห่วงโซ่อุปทานและการขนส่งสินค้าข้ามพรมแดนได้เปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบอัตโนมัติเต็มรูปแบบ ควบคู่กับการรองรับสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (climate change) ซึ่งความท้าทายของการขนส่งระหว่างประเทศไม่ได้อยู่เพียงแค่ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการรอยเท้าคาร์บอน (Carbon Footprint) ในพัสดุทุกชิ้นอย่างแม่นยำสหภาพยุโรปและหลายภูมิภาคทั่วโลกได้ยกระดับมาตรการการจัดการคาร์บอนหน้าด่านให้เข้มงวดมากขึ้น ทำให้ห่วงโซ่อุปทานรูปแบบเดิมที่มีการสร้างมลพิษสูงจำเป็นต้องแบกรับภาระภาษีและค่าธรรมเนียมที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก จนทำให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาดสากล





ระบบห่วงโซ่อุปทานอัจฉริยะในยุคนี้ถูกขับเคลื่อนด้วยเครือข่ายเซนเซอร์ IoT และปัญญาประดิษฐ์ในการคำนวณเส้นทางการขนส่งทางบก ทางเรือ และทางอากาศเพื่อเลือกเส้นทางที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำที่สุดโดยอัตโนมัติ ควบคู่กับการใช้ระบบบริหารคลังสินค้าไร้คนขับที่ทำงานประสานกับหุ่นยนต์จัดส่งสินค้า การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการออกแบบขนาดกล่องบรรจุให้พอดีกับสินค้าเพื่อประหยัดพื้นที่ระวาง (Cargo Space) ซึ่งทั้งหมดนี้ได้กลายเป็นมาตรฐานขั้นต่ำของการส่งออกข้ามพรมแดน สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่สามารถเชื่อมต่อข้อมูลการขนส่งเข้ากับระบบติดตามคาร์บอนระดับชาติ และจะสามารถออกใบรับรองสิ่งแวดล้อมดิจิทัลแนบไปกับพัสดุ ทำให้สินค้าผ่านพิธีการศุลกากรปลายทางได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ถูกกักตรวจ

นอกจากนี้ ความพร้อมรับมือและปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศ (Climate Resilience) ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถคาดการณ์ภัยธรรมชาติหรือความติดขัดในเส้นทางการขนส่งหลักของโลกได้ล่วงหน้า ระบบ AI จะทำการปรับเปลี่ยนการจัดส่งและบริหารจัดการสต็อกในคลังสินค้าปลายทางแบบชาญฉลาด ทำให้ธุรกิจสามารถรักษาระดับการให้บริการที่รวดเร็วและน่าเชื่อถือไว้ได้แม้ในภาวะวิกฤต การปฏิวัติห่วงโซ่อุปทานให้เป็นระบบอัตโนมัติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Autonomous & Climate-Resilient Supply Chain) จึงไม่ได้เป็นเพียงการลดต้นทุนการดำเนินงาน แต่เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันทางการค้าที่จะปกป้องแบรนด์ไทยจากความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมาตรฐานและข้อกำหนดการค้าสากล (Global Regulations)

Micro-Personalization & Hyper-Localization: การตลาดเฉพาะบุคคลและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น



การตลาดข้ามพรมแดนยุค 2027 ก้าวข้ามผ่านยุคการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามภูมิภาคหรืออายุ ไปสู่ยุค Micro-Personalization และ Hyper-Localization ซึ่งเป็นการปรับแต่งหน้าร้าน ข้อเสนอ คอนเทนต์การสื่อสาร และประสบการณ์การชอปปิงให้เข้ากับรสนิยมเฉพาะบุคคลและบริบททางวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยพลังของ Generative AI เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถสร้างสรรค์เนื้อหา รูปแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อโฆษณาภาษาท้องถิ่นที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ค่านิยม และสภาพอากาศของแต่ละเมืองปลายทางได้แบบเรียลไทม์ ทำให้ผู้บริโภคในแต่ละประเทศรู้สึกราวกับว่าแบรนด์นั้นกำเนิดขึ้นในท้องถิ่นของตนเอง

ความแม่นยำของการตลาดรูปแบบนี้เกิดจากการประมวลผลข้อมูล First-Party Data และ Zero-Party Data ที่ได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคโดยตรง นวัตกรรม AI สามารถวิเคราะห์ความพึงพอใจและรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้าแต่ละราย เพื่อนำเสนอคำแนะนำสินค้าที่ตรงกับความต้องการในขณะนั้นอย่างแท้จริง เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์ดูแลผิวของไทยที่ปรับเปลี่ยนคำอธิบายส่วนประกอบให้สอดคล้องกับสภาพอากาศและความกังวลด้านผิวพรรณของผู้บริโภคในตะวันออกกลางเทียบกับผู้บริโภคในยุโรป การสื่อสารที่แม่นยำและถูกจังหวะเวลาช่วยลดความลังเลใจในการซื้อ และเปลี่ยนผู้เข้าชมหน้าร้านออนไลน์ให้กลายเป็นผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ Hyper-Localization ยังครอบคลุมถึงการเคารพและปรับตัวตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและวัฒนธรรมของประเทศเป้าหมาย การที่แบรนด์ไทยสามารถสื่อสารด้วยภาษาที่ถูกต้องตามบริบทท้องถิ่น พร้อมแสดงความโปร่งใสในการจัดเก็บข้อมูล จะช่วยทลายกำแพงความไม่เชื่อใจระหว่างประเทศลงได้อย่างสิ้นเชิง การผสานเสน่ห์ของ Soft Power ไทยเข้ากับเทคโนโลยีการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะบุคคล จึงเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการยกระดับคุณค่าของแบรนด์ เปลี่ยนสินค้าธรรมดาให้กลายเป็นสินค้านวัตกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น



Cross-Border Real-Time Payment System: โลกการเงินไร้พรมแดนยุคใหม่

โครงสร้างพื้นฐานทางการเงินสำหรับการค้าข้ามพรมแดนในยุค 2027 ได้ถูกยกระดับสู่ระบบ Borderless Instant Settlement ซึ่งเป็นการชำระเงินดิจิทัลไร้พรมแดนที่ทำงานบนเทคโนโลยีบล็อกเชนและสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลาง (CBDC) ระบบดังกล่าวเข้ามาตัดตัวกลางในสถาบันการเงินแบบดั้งเดิมออก ทำให้กระบวนการโอนเงินและชำระเงินระหว่างประเทศสามารถดำเนินการแล้วเสร็จในทันทีแบบเรียลไทม์ตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยขจัดปัญหาระยะเวลารอคอยเงิน settlement ที่ยาวนานหลายวัน และทำให้กระแสเงินสดของผู้ประกอบการมีความคล่องตัวสูงขึ้นอย่างไม่เคยมีมาก่อน

นวัตกรรมทางการเงินยุคใหม่ยังช่วยขจัดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน (FX Volatility) และลดต้นทุนค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมระหว่างประเทศให้เหลือในระดับที่ต่ำมาก ระบบชำระเงินอัจฉริยะสามารถทำการล็อกอัตราแลกเปลี่ยนและแปลงสภาพสกุลเงินโดยอัตโนมัติ ณ วินาทีที่เกิดธุรกรรม พร้อมทั้งรองรับการชำระเงินแบบหลายสกุลเงินผ่านกระเป๋าเงินดิจิทัลสากล สิ่งนี้ช่วยให้ SMEs ไทยสามารถตั้งราคาขายสินค้าในสกุลเงินท้องถิ่นของประเทศเป้าหมายได้อย่างมั่นใจ โดยไม่ต้องกังวลว่าความผันผวนของค่าเงินจะมาบั่นทอนกำไรสุทธิเชิงบัญชีเมื่อแปลงมูลค่ากลับเป็นเงินบาท



นอกจากนี้ การโอนเงินได้ทันทียังช่วยเพิ่มความโปร่งใสและการตรวจสอบทางการเงิน ป้องกันปัญหาการฉ้อโกงออนไลน์ และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงนวัตกรรมการเงินรูปแบบใหม่ เช่น การอนุมัติสินเชื่อเพื่อการส่งออกโดยอ้างอิงจากข้อมูลธุรกรรมบนบล็อกเชนแบบเรียลไทม์ การมีระบบการเงินที่รวดเร็ว ปลอดภัย และมีต้นทุนต่ำ จะช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีสภาพคล่องที่แข็งแกร่งพร้อมสำหรับการขยายกิจการในเวทีระดับโลก



Next-Step Strategy: เชิงยุทธศาสตร์และการปรับตัวของผู้ประกอบการ SMEs ไทย

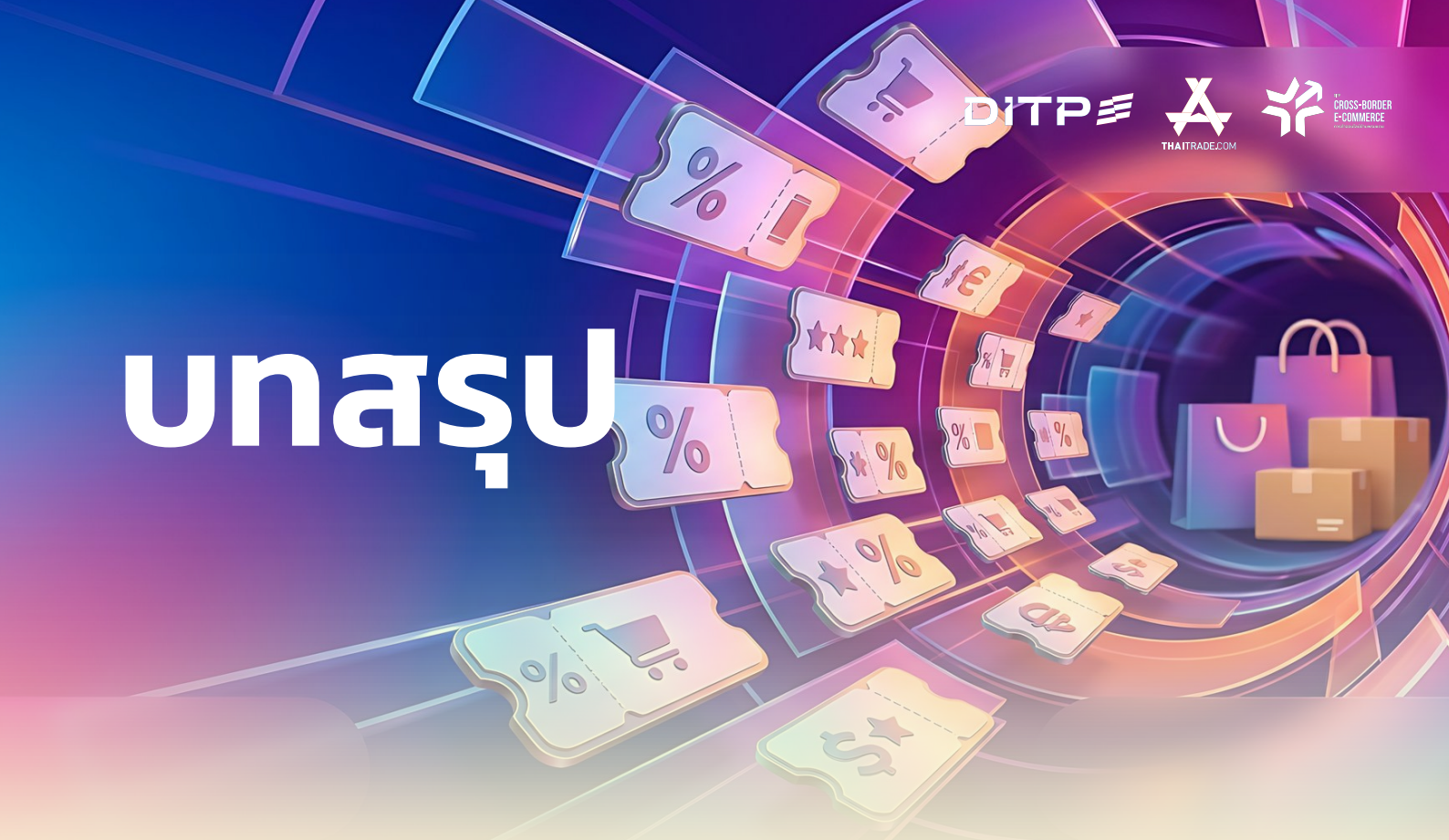
การเตรียมความพร้อมสู่อนาคตการค้ายุค 2027 จำเป็นต้องอาศัยการปรับตัวเชิงยุทธศาสตร์ในทุกมิติขององค์กร ผู้ประกอบการ SMEs ไทยควรเริ่มจากการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลหลังบ้านให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่เชื่อมโยงกัน (Data Interoperability) จัดทำฐานข้อมูลสินค้าที่รองรับการประมวลผลของ AI และเลือกร่วมมือกับผู้ให้บริการเทคโนโลยีทางการเงินและโลจิสติกส์ที่มีมาตรฐานสากล การวางรากฐานเทคโนโลยีตั้งแต่เนิ่นๆ จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุค Next-Gen Digital Trade ได้อย่างรวดเร็วและไร้รอยต่อ





ขณะเดียวกัน ภาคธุรกิจต้องเน้นย้ำการสร้างแบรนด์ที่ขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืน นวัตกรรม และความน่าเชื่อถือ การลดการปล่อยคาร์บอนในกระบวนการผลิต การขอรับรองมาตรฐานสิ่งแวดล้อมสากลในกระบวนการส่งออก และการแสดงความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน จะกลายเป็นแต้มต่อสำคัญที่ทำให้ทั้ง AI Agents และผู้บริโภคยุคใหม่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไทย การลงทุนในเทคโนโลยีจึงต้องดำเนินควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพสินค้าและการสร้างคุณค่าร่วมให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม

การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคการค้ารูปแบบใหม่ไม่ได้เป็นเรื่องไกลตัวหรือเป็นบทบาทเฉพาะของบริษัทขนาดใหญ่เพียงเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่มีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับตัวและนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ได้รวดเร็ว การมองเห็นเทรนด์อนาคตก่อนใคร และลงมือเตรียมความพร้อมทางระบบอย่างเป็นรูปธรรม จะช่วยเปลี่ยนความท้าทายจากการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยี (Digital & Technological Transformation) ให้กลายเป็นโอกาสครั้งยิ่งใหญ่ในการสร้างแบรนด์ไทยให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในสมรภูมิการค้าโลกยุค 2027



บทสรุป

การวิเคราะห์ภูมิทัศน์การค้าข้ามพรมแดนยุค 2027 ชี้ให้เห็นว่า หนทางในการรักษาขีดความสามารถการแข่งขันที่ทรงประสิทธิภาพที่สุดในปัจจุบัน คือ "การเตรียมโครงสร้างธุรกิจและระบบหลังบ้านให้พร้อมรองรับความเปลี่ยนแปลงก่อนใคร" เมื่อผู้ประกอบการสามารถปลดล็อกศักยภาพด้านการปรับตัวเข้าสู่ยุค Agentic Commerce พัฒนาห่วงโซ่อุปทานให้เป็นระบบอัตโนมัติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Autonomous & Climate-Resilient Supply Chain) รวมทั้ง การตลาดเฉพาะบุคคลและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น และบริหารการเงินไร้พรมแดนได้อย่างถูกวิธี Cross-Border E-Commerce ไทยจะไม่ได้เป็นเพียงผู้ตั้งรับต่อความเปลี่ยนแปลงของโลก แต่จะสามารถเติบโตและรักษาเสถียรภาพผลกำไรได้อย่างยั่งยืนในฐานะฟันเฟืองหลักที่ช่วยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ

ผู้ประกอบการที่สนใจขยายตลาดสู่ต่างประเทศผ่าน Cross-Border E-Commerce สามารถติดต่อกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อสอบถามข้อมูลโครงการต่าง ๆ การสมัครเข้าร่วมกิจกรรม และคำแนะนำด้านการส่งออกผ่านช่องทางเว็บไซต์

https://www.ditp.go.th/ หรือสายด่วน 1169 DITP Services Center หรือ https://www.thaitrade.com โทร 02-507-7821 หรือส่งข้อมูลมาที่อีเมล contact@thaitrade.com

เอกสารอ้างอิง

Bank for International Settlements. (n.d.). Payments and market infrastructures. https://www.bis.org/topic/payments.htm

Delight.ai. (n.d.). AI index. https://delight.ai/reports/ai-index

ECDB. (n.d.). What are future trends in e-commerce?. https://ecdb.com/blog/what-are-future-trends-in-e-commerce/5236

Gartner. (n.d.). Marketing. https://www.gartner.com/en/marketing

McKinsey & Company. (n.d.). Growth, marketing & sales insights. https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights

McKinsey & Company. (n.d.). The agentic commerce opportunity: How AI agents are ushering in a new era for consumers and merchants. https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-agentic-commerce-opportunity-how-ai-agents-are-ushering-in-a-new-era-for-consumers-and-merchants

McKinsey & Company. (n.d.). The automation curve in agentic commerce. https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-automation-curve-in-agentic-commerce

Organisation for Economic Co-operation and Development. (n.d.). VAT on e-commerce. https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/vat-on-e-commerce.html

World Economic Forum. (n.d.). Trade and foreign direct investment. https://www.weforum.org/topics/trade-and-foreign-direct-investment/

DITP

THAITRADE.COM

DITP
CROSS-BORDER
E-COMMERCE
การค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน

สแกนเพื่อศึกษาข้อมูล
การค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน

