krungsri Research
A member of MUFG

Krungsri Research Digest

July 2026

ในสมัยประธานาธิบดีโจโก วิโดโด อินโดนีเซียได้รับการยกย่องว่าเป็นตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง ด้วยตลาดขนาดใหญ่ ทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ และการปฏิรูปเศรษฐกิจเชิงโครงสร้างหลายด้าน อย่างไรก็ตาม หลังจากรัฐบาลประธานาธิบดีปราโบโว ซูเบียนโตเข้ารับตำแหน่งในปี 2567 นโยบายที่เน้นประชานิยม การแทรกแซงเศรษฐกิจโดยรัฐ และชาตินิยมด้านทรัพยากรได้สร้างความกังวลต่อด้านธรรมาภิบาล วินัยการคลัง และความน่าเชื่อถือของนโยบายจนนำไปสู่ “วิกฤตความเชื่อมั่น” ซึ่งอาจลุกลามจากตลาดการเงินไปสู่เศรษฐกิจ

คุณภาพนโยบายบั่นทอนความเชื่อมั่น

ความกังวลต่อคุณภาพนโยบายและธรรมาภิบาลของอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยโครงการอาหารกลางวันฟรีสำหรับนักเรียนและการปลดรัฐมนตรีคลังที่ได้รับการยอมรับด้านการรักษาวินัยการคลังได้สร้างความกังวลต่อภาระการคลัง การจัดตั้งกองทุน Danantara ถูกตั้งคำถามด้านความโปร่งใส อีกทั้งมีข้อกังวลต่อความเป็นอิสระของธนาคารกลาง ต่อมาสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือ Moody’s และ Fitch ได้ปรับแนวโน้มอันดับความน่าเชื่อถือของรัฐบาลอินโดนีเซียเป็นเชิงลบ ขณะที่ MSCI ส่งสัญญาณทบทวนสถานะอินโดนีเซียจากตลาดเกิดใหม่สู่กลุ่มตลาดชายขอบ หลังรัฐบาลเพิ่มการควบคุมการส่งออกสินค้าโภคภัณฑ์สำคัญ และตัดสินใจอุดหนุนราคาพลังงานในประเทศนับตั้งแต่ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง

จากตลาดการเงินสู่ภาคเศรษฐกิจจริง

นโยบายทางเศรษฐกิจที่ผ่านมาสร้างความกังวลจนส่งผลให้เกิดแรงขายสินทรัพย์อินโดนีเซียในตลาดการเงินอย่างมหาศาล และค่าเงินรูเปียห์อ่อนค่าลงเป็นประวัติการณ์ แม้อัตราการเติบโตของ GDP ในไตรมาสแรกของปี 2569 จะยังคงแข็งแกร่งที่ 5.6% แต่แรงขับเคลื่อนส่วนหนึ่งมาจากมาตรการภาครัฐและปัจจัยชั่วคราว ขณะที่เงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิ (Net FDI) หดตัว -26% จากปีก่อน บ่งชี้ว่าปัญหาความเชื่อมั่นเริ่มกระทบการตัดสินใจลงทุนจากต่างชาติแล้ว หากความเชื่อมั่นของนักลงทุนยังไม่ฟื้นตัวในอนาคตอันใกล้ เราอาจเห็นผลกระทบเริ่มขยายวงไปสู่การจ้างงาน การบริโภค และการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะต่อไป

ปัญหาความเชื่อมั่นและนัยยะต่อเศรษฐกิจ

การปรับลดอันดับความน่าเชื่อถือ ค่าเงินรูเปียห์ที่อ่อนค่า และการเทขายสินทรัพย์ในตลาดการเงิน เป็นเพียงอาการ แต่ไม่ใช่สาเหตุของปัญหา ซึ่งแท้จริงแล้วมาจากคุณภาพธรรมาภิบาลและความน่าเชื่อถือของนโยบายที่ถดถอย แม้ธนาคารกลางจะปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบายถึง 1% สู่ระดับ 5.75% ในเดือน พ.ค.-มิ.ย. 2569 เพื่อชะลอการอ่อนค่าของค่าเงินและเงินทุนไหลออก แต่มาตรการเหล่านี้ไม่สามารถทดแทนความน่าเชื่อถือของนโยบายได้ โดยหากสถานการณ์ยังยืดเยื้อ ต้นทุนการกู้ยืมของรัฐบาลจะสูงขึ้น ภาวะการเงินที่ตึงตัวจะส่งผลให้สินเชื่อชะลอตัว จนกระทบการลงทุนและการจ้างงาน ตลอดจนการบริโภคของครัวเรือนได้



อ่านเพิ่มเติมได้ที่นี่

จากดาวรุ่งแห่งอาเซียนสู่ความกังวลของนักลงทุน: อินโดนีเซีย ณ ทางแยกสำคัญ

มุมมองวิจัยกรุงศรี

ปัญหาของอินโดนีเซียจะคลี่คลายได้หรือไม่ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับผลการพิจารณาสถานะตลาดของ MSCI ที่จะประกาศในเดือน พ.ย. 2569 แต่ปัจจัยสำคัญคือความสามารถของรัฐบาลอินโดนีเซียในการฟื้นฟูความน่าเชื่อถือของนโยบาย โดยหากยังให้น้ำหนักกับนโยบายประชานิยม งบประมาณสำหรับโครงการเพิ่มผลิตภาพอาจถูกเบียดบัง และจะดึงดูดเงินลงทุนจากภาคเอกชนได้ยากขึ้น ดังนั้น การฟื้นความเชื่อมั่นจึงต้องเริ่มจากการยอมรับต่อต้นตอของปัญหา พร้อมกับการสร้างความน่าเชื่อถือ ผ่านการกำหนดนโยบายที่โปร่งใสและอยู่ภายใต้หลักธรรมาภิบาล มิฉะนั้น อินโดนีเซียมีความเสี่ยงที่จะเผชิญวิกฤตความเชื่อมั่นที่ขยายไปสู่ภาคเศรษฐกิจจริง จนกลายเป็นอุปสรรคต่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาวได้

krungsri Research
A member of MUFG
Krungsri Research Digest
July 2026



โลกกำลังก้าวสู่ยุคที่ปัญญาประดิษฐ์นักปฏิบัติการ (Agentic AI) สามารถตัดสินใจและลงมือทำงานแทนมนุษย์ได้อย่างอิสระ การประยุกต์ใช้ Agentic AI ในภาคธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจคือ "Agentic Commerce" หรือการที่ AI ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วย "ช้อป"อัจฉริยะ ตั้งแต่ค้นหาสินค้า เปรียบเทียบราคา ต่อรองข้อเสนอกับร้านค้า สั่งซื้อ ไปจนถึงชำระเงินแทนผู้บริโภคได้อย่างครบวงจร นอกจากเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคแล้ว Agentic Commerce ยังจะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของการทำธุรกรรมซื้อขายออนไลน์ การเข้าถึงลูกค้า ระบบการชำระเงิน และมาตรฐานการกำกับดูแลอีกด้วย

Agentic Commerce คืออะไร?

Agentic Commerce **คือ การให้ AI ซื้อสินค้าแทนมนุษย์ตั้งแต่ต้นจนจบ** โดยผู้บริโภคเพียงระบุความต้องการ เช่น งบประมาณ คุณสมบัติที่ต้องการ จากนั้น AI จะจัดการให้ทุกขั้นตอน ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ ค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบและคัดเลือกสินค้า สั่งซื้อ ตลอดจนชำระเงินภายใต้สิทธิ์และวงเงินที่กำหนดไว้ โดยที่มนุษย์ยังต้องทำการยืนยันตัวตนหรือตรวจสอบ (Human in the loop) เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ปัจจุบัน บริษัทผู้พัฒนา AI ไม่ว่าจะเป็น OpenAI และ Google ต่างเร่งพัฒนา Agentic Commerce อย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มทดลองให้ผู้ใช้งานค้นหาและสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงผ่านการสนทนากับ AI **ซึ่งถือเป็นการต่อยอดจาก AI แชตบอตสู่ AI ผู้ช่วยซื้อสินค้าแทนมนุษย์**

AI เปลี่ยนวิธี 'ช้อป' เพิ่มโอกาสธุรกิจ

ผู้บริโภคมีแนวโน้มพึ่งพา AI ในการชอปปิงมากขึ้น เนื่องจาก AI ช่วยลดเวลาค้นหาและเปรียบเทียบสินค้า ทำให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ได้รับสินค้าที่ตรงกับความต้องการในราคาที่คุ้มค่า **ผู้บริโภคจึงได้รับประสบการณ์ที่ดีขึ้น**เมื่อเทียบกับการค้นหาสินค้าด้วยตนเองแบบเดิม ขณะเดียวกัน การซื้อขายผ่าน Agentic Commerce ยังเปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจขยายฐานรายได้ใหม่ เนื่องจากข้อมูลจากการสนทนาระหว่างผู้บริโภคกับ AI ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจงบประมาณ ความต้องการและเงื่อนไขเฉพาะของลูกค้าแต่ละรายได้ลึกซึ้งขึ้นมากกว่าข้อมูลจากการคลิกหรือการค้นหา **จึงช่วยเพิ่มโอกาสในการปิดการขายและเพิ่มมูลค่าต่อคำสั่งซื้อ**

ความสะดวกที่มาพร้อมความท้าทาย

Agentic Commerce **มาพร้อมความท้าทายที่สำคัญ** ได้แก่ 1) **ความเสียหายจากการตัดสินใจของ AI** เช่น การซื้อสินค้าโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือทำธุรกรรมผิดพลาด 2) **ความพร้อมของข้อมูล** เพื่อให้ AI เข้าถึงและประมวลผลได้อย่างปลอดภัย พร้อมทั้งคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคอย่างเข้มงวด 3) **ความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูล** เนื่องจาก AI ต้องเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลบัญชีธนาคารและบัตรเครดิตเพื่อทำธุรกรรมแทนมนุษย์

อ่านเพิ่มเติมได้ที่นี่

Agentic Commerce: เมื่อ AI "ช้อป" แทนเรา

มุมมองวิจัยกรุงศรี

การพัฒนา Agentic Commerce ต้องรักษาสมดุลระหว่างความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมกับความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน เมื่อ AI เข้ามามีส่วนร่วมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ภาคธุรกิจจึงต้องปรับกลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้าด้วยการทำ Generative Engine Optimization (GEO) หรือการออกแบบข้อมูลสินค้าให้ AI สามารถค้นพบ ประมวลผล และแนะนำแก่ผู้บริโภคได้อย่างตรงใจ นอกจากนี้ สถาบันการเงินจะมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของ Agentic Commerce ผ่านการพัฒนาระบบชำระเงินให้รองรับการมอบสิทธิ์ให้ AI Agent ทำธุรกรรมแทนมนุษย์ได้อย่างปลอดภัย และการพัฒนากระบวนการตรวจสอบและยืนยันตัวตนของ AI Agent หรือ Know Your Agent (KYA) เพื่อพิสูจน์ตัวตน ตรวจสอบสิทธิ์ รวมถึงกำหนดขอบเขตการทำธุรกรรมไว้อย่างชัดเจน