

## อยากได้ลูกเสือ ต้องเข้าถ้ำเสือ ... 5 ความกล้าที่ SMEs ควรมี เพื่อคว้าชัยในปีเสือ

โดย ดร.รักษ วรรกิจโกศาทร

กรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

ต้องยอมรับว่าปี 2564 ที่ผ่านไป เป็นอีกหนึ่งปีที่ทรหดกันทุกภาคส่วน โดยเฉพาะท่านผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องเผชิญกับความท้าทายในหลายด้าน ภายใต้วิกฤต COVID-19 ที่ยังรุมเร้าและส่งผลกระทบต่อเนื่องมาโดยตลอด สำหรับปี 2565 แม้มีสัญญาณที่ดีของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะตามมาด้วยโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ แต่ปฏิเสธไม่ได้เช่นกันว่าความท้าทายและแรงกดดันต่อการดำเนินธุรกิจยังไม่ได้หายไปไหน รวมถึงเศรษฐกิจยังมีความไม่แน่นอน ทั้งนี้ ไม่ว่าหนทางข้างหน้าจะมีอุปสรรคเพียงใด ท่านต้องเอาความกล้าเข้าข่มความกลัว เพื่อบุกทะลุฟันฝ่าความท้าทายต่างๆ เข้าไปช่วงชิงโอกาสทองที่รออยู่ ดังสุภาษิต “อยากได้ลูกเสือ ต้องเข้าถ้ำเสือ” ปี 2565 เป็นต้นไป SMEs ควรมีความกล้าใน 5 เรื่องสำคัญ ดังนี้

### 1. กล้ายอมรับว่าต้องดำเนินธุรกิจภายใต้ COVID-19 ต่อไป

ปัจจุบันวิกฤต COVID-19 ยังไม่มีท่าทีที่จะสิ้นสุดลง ล่าสุดเกิดการกลายพันธุ์ของไวรัสในชื่อ Omicron ที่แพร่ระบาดได้เร็วกว่าสายพันธุ์ก่อนหน้า สะท้อนว่าสถานการณ์และปัญหาต่อการดำเนินธุรกิจที่เคยเกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมาอาจวนกลับมาเป็นระลอก ไม่ว่าจะเป็ผลกระทบบจากมาตรการ Lockdown ปัญหาระบบขนส่งและโลจิสติกส์มีความล่าช้า ปัญหาขาดแคลนแรงงาน ซึ่งทำให้วงจรธุรกิจและ Supply Chain ทั่วโลกสะดุดหรือไม่ราบรื่น นอกจากนี้ ในฝั่งของผู้บริโภคก็มีการปรับพฤติกรรมไปสู่รูปแบบใหม่ๆ ที่เรียกว่า Next Normal เช่น การรักษาระยะห่าง (Social Distancing) การให้ความสำคัญกับความสะอาดและการป้องกันเชื้อโรคเป็นประจำ การทำงานที่บ้าน (Work from Home) รวมถึงการจับจ่ายใช้สอยและการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์

**SMEs ต้องกล้ายอมรับความจริงว่าการดำเนินธุรกิจจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป แต่ควรปรับธุรกิจให้เข้ากับ COVID-19** โดยเฉพาะการบริหารจัดการ การกระจายความเสี่ยง และการมีแผนสำรอง เริ่มตั้งแต่สำรวจสภาพคล่องทางการเงิน การไม่พึ่งพาแหล่งวัตถุดิบเพียงแห่งเดียว การกระจายตลาดและลูกค้า รวมถึงมองหากลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานสุขอนามัย เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคและเป็นไปตามมาตรฐานการนำเข้าที่ยังเข้มงวดมากขึ้นในทุกประเทศทั่วโลก

### 2. กล้าทำการค้าออนไลน์

E-Commerce ถือเป็นทางรอดไม่ใช้ทางเลือกในยุค Next Normal เนื่องจากการค้าในช่องทางออนไลน์หรือหน้าร้านปกติอาจไม่ตอบโจทย์ผู้บริโภคอีกต่อไป สะท้อนจากในช่วงที่ COVID-19 แพร่ระบาดรุนแรงได้มีการใช้มาตรการ Lockdown หลายพื้นที่จนทำให้ร้านค้าต้องปิดทำการอย่างกะทันหัน ประกอบกับผู้บริโภคไม่กล้าออกไปจับจ่ายใช้สอย โดยยอดการค้าโดยรวมของโลกปี 2563 หดตัว 9% สวนทางกับยอดขาย E-Commerce โลกที่ขยายตัวสูงถึง 24% และระดับ 4.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ eMarketer บริษัทวิจัยด้านการตลาดของสหรัฐ คาดการณ์ว่ายอดขาย E-Commerce โลกยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2564-2568 จะโตเฉลี่ย 11% ต่อปี และจะก้าวขึ้นมาเป็นช่องทางการค้าหลักในระยะถัดไป ทั้งนี้ ปัจจุบันตลาด E-Commerce ที่ใหญ่ที่สุดในโลกอยู่ที่จีนครองสัดส่วนถึงครึ่งหนึ่งของยอดขาย E-Commerce โลก ล่าสุดเทศกาลวันคนโสด 11.11 ปี 2564 ยอดขายในแพลตฟอร์ม Alibaba ตั้งแต่วันที่ 1-11 พ.ย. 2564 สูงถึง 8.5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 8.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อีกตลาดที่กำลังมาแรงคืออินเดีย คาดว่ายอดขาย E-Commerce ปี 2564 จะโตสูงถึง 27%

**SMEs ต้องกล้าทำการค้าออนไลน์และเข้าสู่เวที E-Commerce โลก** ซึ่งเป็นขุมทรัพย์มหาศาลที่นับวันจะมีแต่เติบโตยิ่งขึ้น สำหรับ SMEs ที่ไม่คุ้นเคยกับการค้าออนไลน์อาจมองเป็นเรื่องยากหรือเป็นไปไม่ได้สำหรับคนตัวเล็ก ๆ แต่ปัจจุบันมีผู้ให้บริการและบริษัทที่ปรึกษาจำนวนมากที่ให้บริการเบ็ดเสร็จครบวงจร ทั้งการชำระเงิน การขนส่งและโลจิสติกส์ข้ามพรมแดน รวมถึงการทำตลาดออนไลน์ ทำให้การค้าออนไลน์ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป

### 3. กล้าทำธุรกิจแบบรักษ์โลก

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทวีความรุนแรงขึ้น จนส่งผลให้เกิดภัยพิบัติรุนแรงเป็นประวัติการณ์ในหลายพื้นที่ (Climate Change to Climate Crisis) เช่น น้ำท่วมในออสเตรเลียหนักที่สุดในรอบศตวรรษ พายุฝนถล่มบราซิลรุนแรงที่สุดในรอบ 110 ปี วิกฤตการณ์ดังกล่าวทำให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ล่าสุดองค์การสหประชาชาติ (UN) ย้ำเตือนให้ทุกฝ่ายหันมาให้ความสำคัญต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมผ่านเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2564 การประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสมัยที่ 26 (COP 26) เร่งหาแนวทางควบคุมอุณหภูมิโลกไม่ให้เพิ่มเกินกว่า 1.5 องศาเซลเซียส รวมถึงตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ (Net-zero Emissions) ภายในปี 2593 ซึ่งส่งผลให้หลายประเทศเตรียมบังคับใช้มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มข้น เช่น CBAM หรือมาตรการปรับคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดนของ EU ที่จะเริ่มใช้ในปี 2569 กำหนดให้สินค้านำเข้าจากนอก EU ที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูง (เช่น ซีเมนต์ เหล็กและเหล็กกล้า อะลูมิเนียม ปุ๋ย ไฟฟ้า) ต้องซื้อ CBAM Certification โดยคิดค่าธรรมเนียมตามปริมาณการปล่อยคาร์บอนในอัตราที่ EU กำหนด หรือมาตรการเก็บภาษีนำเข้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่รีไซเคิลไม่ได้ของสหราชอาณาจักรและสเปน

จะเห็นได้ว่า ความรุนแรงของผลกระทบจาก Climate Change และการบังคับใช้มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มข้นของประเทศผู้นำเข้า ทำให้ **SMEs ไทยต้องกล้าปรับการดำเนินธุรกิจให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** เช่น การปรับกระบวนการผลิตให้ลดการปล่อยมลพิษ การออกแบบและใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่ย่อยสลายได้ ที่สำคัญต้องติดตามมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและที่เกี่ยวข้องของประเทศคู่ค้าอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้เสียโอกาสทางการค้า ขณะเดียวกันเพื่อยืดหัวหาดในการสร้างโอกาสขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม

### 4. กล้ากลายเป็นพันธมิตรธุรกิจ

SMEs ไทยหลายรายยังอยู่ใน Supply Chain เส้นเดิม กล่าวคือ ผลิตสินค้าแบบเดิมๆ ขาดการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้ไม่สามารถเชื่อมโยงกับ Supply Chain เส้นใหม่ของโลกที่ต้องการสินค้ามูลค่าเพิ่มสูง อีกทั้งบางส่วนยังเป็นการผลิตที่เน้นปริมาณ (Mass Production) ทำให้ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่เฉพาะเจาะจงขึ้น (Personalization) ซึ่งเป็นหนึ่งในหลายสาเหตุที่มีส่วนฉุดขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ล่าสุด International Institute for Management Development (IMD) จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันปี 2564 ไทยอยู่ที่ 28 จาก 64 ประเทศ ตามหลังเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์ที่อยู่ในอันดับ 25 และ 5 ตามลำดับ รวมถึงดัชนีนวัตกรรมโลกปี 2564 (Global Innovation Index) ไทยก็อยู่อันดับที่ 43 ต่ำกว่ามาเลเซียและสิงคโปร์ที่อยู่อันดับ 36 และ 8 ตามลำดับ ยิง

ไปกว่านั้น ผู้บริโภคในยุค Next Normal ที่มีความต้องการเปลี่ยนไปตาม Megatrends ใหม่ ๆ โดยเฉพาะเทรนด์ GDH (Green, Digital, Health) อาจทำให้สินค้าแบบเดิมๆ ไม่ตอบโจทย์อีกต่อไป

หาก SMEs ไทยต้องการอยู่รอดในโลกที่มีการแข่งขันสูงและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะต้องกลั่นกรองพันธุ์หรือผ่าตัดธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้าไปเสริมประสิทธิภาพธุรกิจ เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสอดคล้องกับกระแส Business Transformation ทั่วโลก โดยผลสำรวจของ International Data Corporation บริษัทที่ปรึกษาทางธุรกิจของสหรัฐฯ ประเมินว่าภายในปี 2565 ราว 70% ของกลุ่มตัวอย่างบริษัททั่วโลกจะเร่งใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับธุรกิจใหม่ ทั้งการใช้หุ่นยนต์ทำงานร่วมกับมนุษย์ (Cobot : Collaborative Robot) การใช้ Artificial Intelligence (AI) ในการคำนวณต้นทุนการผลิตและการขนส่งให้มีประสิทธิภาพสูงสุด การใช้ Big Data Analytics ในการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าเพื่อพัฒนาสินค้าและการตลาดแบบ Personalized Marketing

### 5. กล้าออกจากฝั่ง

ปัจจุบัน SMEs ส่วนใหญ่ยังทำการค้าอยู่เฉพาะในประเทศ โดยในจำนวน SMEs ไทยที่อยู่ในระบบราว 3 ล้านราย มีไม่ถึง 1% ที่เป็นผู้ส่งออก เทียบกับเวียดนามที่มีสัดส่วนเกือบ 10% ทำให้ SMEs ไทยไม่เติบโตเท่าที่ควร เนื่องจากต้องเผชิญการแข่งขันสูงภายในประเทศ ประกอบกับเศรษฐกิจในประเทศมีข้อจำกัดหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นขนาดตลาดที่ไม่ใหญ่มีประชากรราว 66 ล้านคน เล็กกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เช่น อินโดนีเซีย 272 ล้านคน เวียดนาม 98 ล้านคน รวมถึงเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้การจับจ่ายใช้สอยไม่คึกคักเหมือนสังคมของผู้บริโภควัยหนุ่มสาว โดยผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ในไทยมีสัดส่วนมากถึง 18% ของประชากรรวม ขณะที่เวียดนามอยู่ที่ 12% อินโดนีเซีย 10%

ถึงเวลาแล้วที่ SMEs ไทยต้องกล้าก้าวออกจากตลาดในประเทศ กล้าออกจากฝั่งไปยังตลาดต่างประเทศที่เต็มไปด้วยโอกาสทางธุรกิจอีกมาก ซึ่งปัจจุบันการเริ่มต้นส่งออกทำได้ไม่ยาก เนื่องจากมีตัวช่วยและผู้สนับสนุนหลายหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานที่ให้ความรู้ด้านการส่งออก ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศครบวงจร เครื่องมือทางการเงินใหม่ๆ ทั้งเงินทุนและเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงที่จะช่วยให้ SMEs ทำการค้าระหว่างประเทศได้อย่างสะดวกและมั่นใจ

จะเห็นได้ว่า มีความท้าทายต่าง ๆ รอให้ทุกท่านใช้ความกล้าพิชิตและฟันฝ่าไปคว้าความสำเร็จมาให้ได้ในส่วนของ EXIM BANK ตระหนักดีถึงสถานการณ์ดังกล่าว จึงไม่ได้ปล่อยให้ท่านผู้ประกอบการต้องเดินเพียงลำพังอย่างเดียวดาย แต่ EXIM BANK พร้อมที่จะจับมือและให้ความช่วยเหลือทุกท่านในการเผชิญอุปสรรคต่างๆ ด้วยเครื่องมือทางการเงินและไม่ใช้การเงินอย่างครบวงจรในหลายมิติ โดยเฉพาะโครงการ EXIM Thailand Pavilion ซึ่งจะเป็นทางลัดให้ท่านผู้ประกอบการเข้าสู่เวที E-commerce โลกได้อย่างไม่ยากเย็น รวมถึงสินเชื่อ EXIM Biz Transformation Loan แหล่งเงินทุนชั้นดีอัตราดอกเบี้ยต่ำเป็นพิเศษ เพื่อสนับสนุนการยกระดับหรือการกลายพันธุ์ธุรกิจของท่านไปสู่โลก Next Normal สุดท้ายนี้ ขออวยพรให้ผู้ประกอบการทุกท่านสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างแข็งแกร่งและก้าวข้ามขีดจำกัดต่างๆ ไม่มีอะไรต้องกลัว หากเราเตรียมความพร้อมและมีใจอันกล้าแกร่งครับ

"The brave man is not he who does not feel afraid, but he who conquers that fear." (Nelson Mandela)

*Disclaimer :* ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด