

4 จุดเปลี่ยนการส่งออกไทย...เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนตามแนวคิดประเทศไทย 4.0

โดย ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

แม้การส่งออกของไทยปี 2561 จะมีแนวโน้มสดใส โดย EXIM Bank คาดว่ามูลค่าส่งออกไทยจะเดินทางทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ต่อเนื่อง หรือขยายตัวได้ราว 5-8% แต่ผู้ส่งออกไทยยังต้องพัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลาเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับเทรนด์การค้าโลกยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจของตนเอง

แนวทาง “4 เปลี่ยน”

ผู้ส่งออกไทยจะได้ไม่ตกขบวน...ในเวทีการค้าโลก

เปลี่ยนตลาด

- ✓ กระจายความเสี่ยง
- ✓ ขยายฐานลูกค้า

“ตลาดหลักที่อึดตัวทำให้ต้องขยายตลาดใหม่ควบคู่ไปกับการรักษาตลาดหลักที่มีกำลังซื้อสูง”

ตลาดหลัก

- เศรษฐกิจเริ่มอึดตัว (โต 2%)
- คู่แข่งมาก
- มาตรฐานสินค้าสูง

ตลาดใหม่

- เศรษฐกิจขาขึ้น (โต 5-8%)
- คู่แข่งไม่มาก
- ชนชั้นกลางเพิ่มขึ้น

ตลาดดาวรุ่ง

- อาเซียน โดยเฉพาะ CLMV
- เอเชียใต้ (อินเดีย บังกลาเทศ)
- แอฟริกา (แอฟริกาใต้ เคนยา)

เปลี่ยนสินค้า

- ✓ หนีการแข่งขันด้านราคา
- ✓ เพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ซื้อ

“พัฒนาสินค้ามูลค่าเพิ่มสูงเพื่อหนีแข่งขันด้านคุณภาพมากกว่าราคา”

รับจ้างผลิต

สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ

ผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มสูง

มีนวัตกรรมใหม่ๆ

สอดคล้องกับกระแสผู้บริโภค
(สังคมสูงวัย/ Internet of Things)

สินค้าดาวรุ่ง

- พลาสติกวิศวกรรมใช้ในรถยนต์
ก่อสร้าง เครื่องมือแพทย์
- สินค้าสุขภาพและความงาม
- อิเล็กทรอนิกส์แผงวงจรไฟฟ้า

เปลี่ยนกลยุทธ์

- ✓ เลี่ยงการกีดกันทางการค้า
- ✓ เลี่ยงปัญหาเชิงโครงสร้าง
- ✓ ขยายโอกาสใหม่

“หันมาใช้บริการลงทุนและการส่งออกบริการเพื่อปูทางในการส่งออกสินค้า”

การค้านำเข้า

เน้นส่งออก
สินค้าอย่างเดียว

ลงทุน+บริการนำ

ลงทุนในประเทศปลายทาง
นอกเหนือจากส่งออกอย่างเดียว

ส่งออกบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง
และพ่วงการขายสินค้าไปด้วย

บริการดาวรุ่ง

- ท่องเที่ยว (เชิงกีฬา/แต่งงาน)
- จัดอีเว้นท์/ ทำสื่อดิจิทัล
- ก่อสร้าง (งานระบบ โรงไฟฟ้า)

เปลี่ยนช่องทาง

- ✓ เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม

“เพิ่มและเชื่อมโยงช่องทางการตลาดที่ครบวงจรเพื่อเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลายขึ้น”

ขายช่องทางเดียว

เปิดหน้าร้านหรือ
ขายผ่านคนกลาง

ขายหลายช่องทาง

ขายด้วยตนเองผ่านการเชื่อมโยง
ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

เลือกช่องทางโฆษณาที่เหมาะสม

อีคอมเมิร์ซดาวรุ่ง

(ทางเลือกในการขายออนไลน์)

- Thaitrade (ก.พาณิชย์)
- Tmall (Alibaba)
- Amazon

แนวทาง 4 เปลี่ยนข้างต้น มุ่งเน้นให้ผู้ส่งออกพัฒนาตัวเองและเตรียมทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับธุรกิจอยู่ตลอดเวลา ทั้งด้าน “ตลาด” “สินค้า” “กลยุทธ์” และ “ช่องทางการตลาด” เพื่อที่จะก้าวขึ้นมาเป็น Smart Exporter ได้อย่างมั่นใจ ขณะเดียวกันก็ต้องเตรียมเครื่องมือในการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ปัจจัยดังกล่าวจะช่วยให้อาณาการส่งออกเติบโตอย่างยั่งยืนและเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยต่อไป