

## EXIM BANK ซีอีโอโควิด-19 ทำให้การค้าโลกหดตัว สวนทางการค้าออนไลน์โตก้าวกระโดด ผู้ส่งออก SMEs ต้องพร้อมด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ความรู้ เงินทุน และเครื่องมือบริหารความเสี่ยง

ดร.ดามพ์ สุนทรทรัพย์ ประธานกรรมการบริหาร ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK) กล่าวเปิดงานสัมมนาออนไลน์ “Digital พลิกโฉมการค้าโลก” จัดโดย EXIM BANK ร่วมกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME D Bank) เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2564 ว่า การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ เปลี่ยนแปลงไปจากวิถีปกติ และเชื่อมโยงการใช้ชีวิตกับเทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การค้าออนไลน์ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด ผู้ประกอบการไทยที่ปรับตัวได้ทันจึงเข้าถึงโอกาสนี้ได้เร็ว และมีส่วนทำให้เศรษฐกิจไทยก้าวเข้าสู่การเป็นเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างชัดเจนมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ **ภาครัฐและภาคเอกชนจึงต้องเร่งบูรณาการความร่วมมือกันเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ** ค่าขายอย่างไร้พรมแดนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างคล่องตัวและมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นอย่างมั่นใจ ด้วยความพร้อมด้านข้อมูลข่าวสาร เงินทุน และเครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางการค้าระหว่างประเทศ

ดร.รักษ วรวิจิตร กรรมการผู้จัดการ EXIM BANK เปิดเผยว่า ในปี 2563 เศรษฐกิจโลกและการค้าโลก ต้องเผชิญวิกฤตโควิด-19 จนทำให้ GDP โลกหดตัว 3.2% ขณะที่การค้าสินค้าและบริการของโลกหดตัว 9% และ 15% ตามลำดับ แต่การค้าออนไลน์ (E-Commerce) ของโลกกลับขยายตัวกว่า 20% จาก 3.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2562 เป็น 4.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2563 และคาดว่าจะมีมูลค่า 4.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564 และเพิ่มขึ้นเป็น 7.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 นั้นหมายถึง **เทคโนโลยีดิจิทัลได้มีส่วนช่วยพยุงหรือรองรับเศรษฐกิจในช่วงขาลง ขณะเดียวกันในช่วงขาขึ้นก็เป็นเสมือนสปริงบอร์ด เร่งให้ธุรกิจเติบโตได้แบบก้าวกระโดด** โดยปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไป มากกว่า 50% ของผู้บริโภคมีแนวโน้มใช้จ่ายออนไลน์บ่อยกว่าที่ผ่านมา และมากกว่า 40% ของผู้บริโภคมีแนวโน้มรับชมสื่อบันเทิงออนไลน์บ่อยกว่าเดิม เพราะคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลแล้ว สำหรับสินค้าและบริการดิจิทัลที่มีแนวโน้มขยายตัวดีในปัจจุบัน อาทิ อุตสาหกรรมเกม สื่อบันเทิงบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ Netflix สินค้าเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

กรรมการผู้จัดการ EXIM BANK เปิดเผยต่อไปว่า ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs ต้องเตรียมพร้อมที่จะเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจในโลกการค้ายุคใหม่ โดยจัด “ความกลัว” หรือ “ความไม่กล้าเสี่ยง” ออกไป แต่ต้องมั่นใจที่จะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสถาบันการเงิน อาทิ EXIM BANK ให้เป็นประโยชน์ เพื่อเสริมธุรกิจให้แข็งแรง ทั้งด้านเทคโนโลยี ความรู้ เงินทุน และเครื่องมือบริหารความเสี่ยง ที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถก้าวข้ามอุปสรรคต่าง ๆ ไปสู่อุปสรรคใหม่ ๆ ได้ อย่างเป็นประสิทธิผลสำเร็จ ทั้งนี้ EXIM BANK มีบริการสนับสนุนทั้งด้านเงินทุน ประกันการส่งออก และระบบดิจิทัล อาทิ ระบบบริหารจัดการความรู้และประเมินความพร้อมด้านการส่งออก (Thailand Export Readiness Assessment and Knowledge Management : TERAK) และ Thailand E-commerce Pavilion

“ธุรกิจ SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยสูงมาก โดยมีสัดส่วนต่อ GDP รวมทั้งประเทศกว่า 30% ทำให้เกิดการจ้างงานจำนวนมากกว่า 12 ล้านคน ดังนั้น การสนับสนุนให้ SMEs สามารถขับเคลื่อนธุรกิจต่อไปได้แม้ในภาวะวิกฤต รวมถึงขยายธุรกิจให้เติบโตได้ท่ามกลางโอกาสที่เกิดขึ้นในโลกวิถีใหม่ (New Normal) จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกัน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการฟื้นเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันและเป็นรากฐานการพัฒนาธุรกิจ SMEs อย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยตอบสนองต่อเทรนด์ความนิยมของผู้บริโภคยุคใหม่และเมกะเทรนด์ที่ส่งผลกระทบต่อโลกเป็นวงกว้างในอนาคตข้างหน้า” ดร.รักษ์ กล่าว

ทั้งนี้ นางสาวนารณารี รัษฎ์ กรรมการผู้จัดการ SME D Bank ได้ร่วมกล่าวถึงความร่วมมือระหว่างสองธนาคารในครั้งนี้ จากนั้น ช่วงเช้าจะเป็นการสัมมนาออนไลน์ หัวข้อ “Digital พลิกโฉมการค้าโลก” ซึ่งประเด็นด้านโอกาสและความจำเป็นเพื่อเตรียมตัวรับสื่อนาเทคโนโลยี โดย ดร.รักษ์ วรกิจโภคาทร กรรมการผู้จัดการ EXIM BANK นายสุภกร ปิยะพันธ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เครือไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ผู้เชี่ยวชาญด้าน Digital Banking นวัตกรรมการเงินและการลงทุน นายภาวุธ พงษ์วิทยภานุ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ตลาด ดอท คอม กรุ๊ป จำกัด และนางสาวกรรณษา ปานสุวรรณ Head of Government Partnership Relations บริษัท ลาซาด้า จำกัด ส่วนช่วงบ่ายจะเป็นสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) หัวข้อ **โพสต์ง่ายขายดีกับ “T-GoodTech” “Thehubthailand.biz” และ “Alibaba.com”** โดยให้ผู้ประกอบการได้ทดลองนำสินค้าวางขายจริงบนแพลตฟอร์มออนไลน์

8 กันยายน 2564

ส่วนสื่อสารองค์กร ฝ่ายพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร