



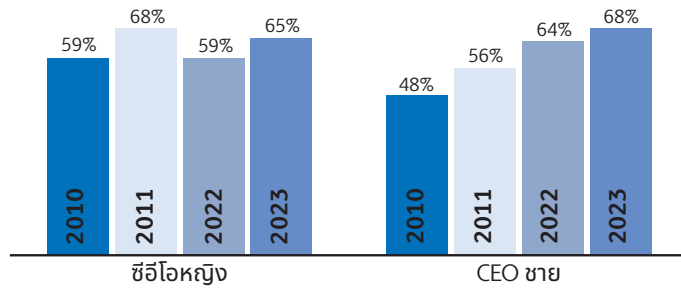
ประเทศไทย



เส้นทางสู่การกู้คืน

SMB ที่นำโดยผู้ขายในประเทศไทยฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยของ COVID ในขณะที่ SMB ที่นำโดยผู้หญิงมีความผันผวน ตัวอย่างเช่น ภายในปี 2565 59% ของบริษัทที่นำโดยผู้หญิงมีการเติบโตของรายได้ในเชิงบวก 68% ในปี 2564 และ 59% อีกครั้งในปี 2563 (รูปที่ 1)

% ของ SMB ที่มีรายได้เติบโตในเชิงบวกในปี 2563-26 แยกตามเพศของ CEO (รูปที่ 1)



แนวโน้มและความท้าทายของอีคอมเมิร์ซ

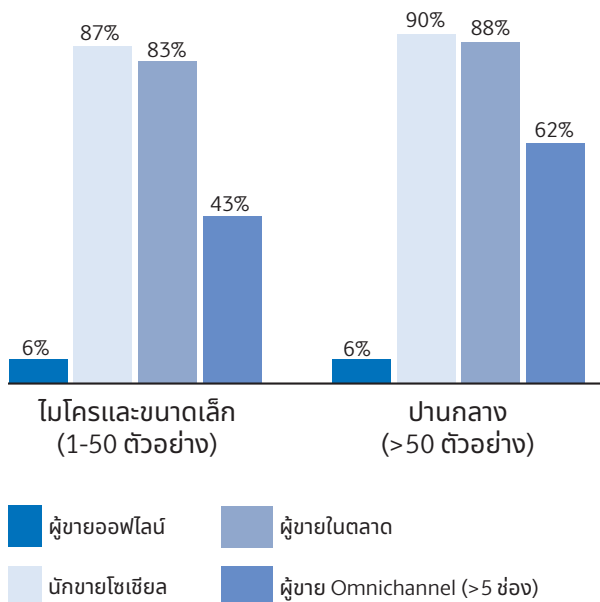
ความท้าทายหลักของอีคอมเมิร์ซในปี 2566

เนื่องจาก 83 เปอร์เซ็นต์ขององค์กรขนาดเล็กและขนาดเล็ก ในประเทศไทยใช้ตลาดบางประเภทเพื่อขายสินค้าและบริการของตน 43 เปอร์เซ็นต์ของบริษัทขนาดเล็กและขนาดเล็ก และ 62 เปอร์เซ็นต์ของบริษัทขนาดกลางเป็นผู้ขายแบบหลายช่องทาง (รูปที่ 2)

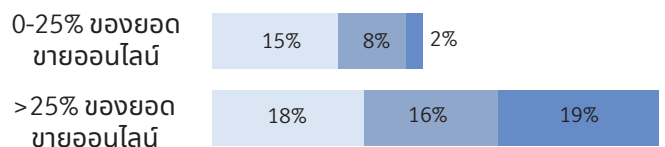
อีคอมเมิร์ซมีความสำคัญหรือไม่?

ในทางกลับกัน อีคอมเมิร์ซช่วยให้ SMB ของไทยมีส่วนร่วมในการค้าและเข้าถึงตลาดใหม่: 53 เปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่ใช้อีคอมเมิร์ซกระจายตลาดส่งออกของตนอย่างมากในปี 2564-2565 (รูปที่ 3) ภายในปี 2565 36 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดเล็กและ 43 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจขนาดกลางส่งออกไปยังตลาดสามแห่งขึ้นไป เพิ่มขึ้นจาก 32 เปอร์เซ็นต์สำหรับบริษัทขนาดเล็กและขนาดเล็ก และลดลงจาก 46 เปอร์เซ็นต์ในปี 2563 (รูปที่ 4)

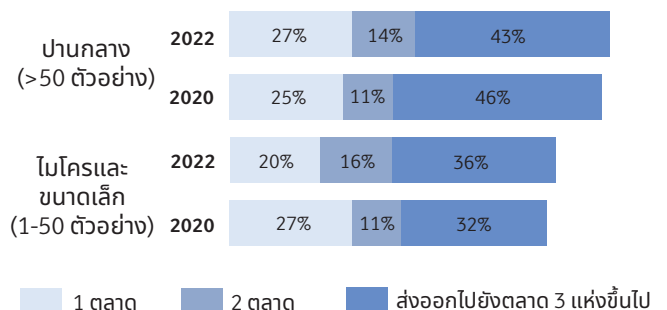
การใช้ช่องทางการตลาดและการขายดิจิทัลในปี 2565 จำแนกตามขนาดบริษัท (รูปที่ 2)



% ของ SMB ที่กระจายตลาดส่งออกในปี 2022 จากปี 2020 โดยพิจารณาจากความเข้มข้นของการขายออนไลน์ (รูปที่ 3)



จำนวนตลาดส่งออกในปี 2563 และ 2565 จำแนกตามขนาดบริษัท (รูปที่ 4)

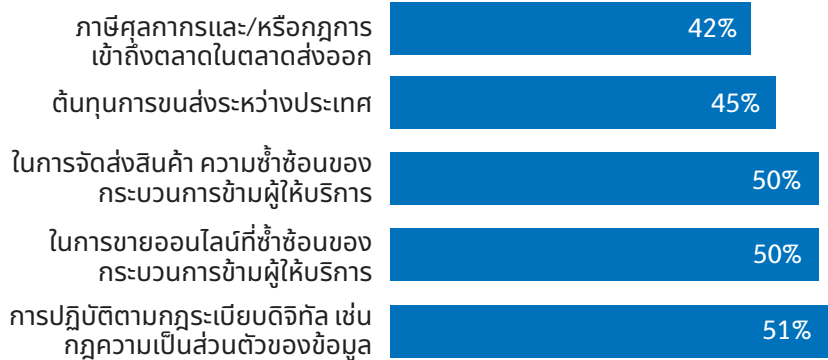




ความท้าทายสำหรับ SMB

การปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านดิจิทัลยังคงเป็นความท้าทายสำหรับบริษัทไทยในการเติบโตผ่านการค้าและอีคอมเมิร์ซ ประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์ของผู้ส่งออก SMB ที่ตอบแบบสำรวจอ้างถึงความล่าช้าของกระบวนการระหว่างผู้ให้บริการต่างๆ เมื่อขายสินค้าทางออนไลน์และการขนส่ง ต้นทุนของโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ และกฎการเข้าถึงตลาดในตลาดส่งออกว่าเป็น “อุปสรรคที่สำคัญอย่างยิ่ง” (รูปที่ 5)

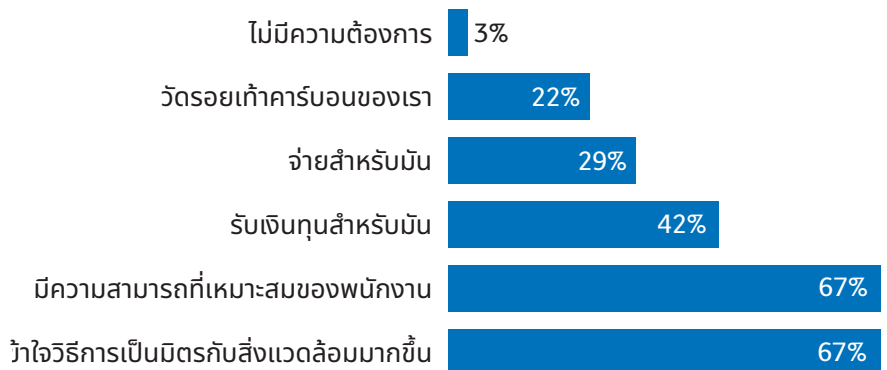
ความท้าทายที่ “สำคัญมาก” 5 อันดับแรกที่ต้องเผชิญกับการเติบโตของรายได้และการส่งออกของ SMB ในปี 2566-24 (รูปที่ 5)



SMB ต้องมีความยั่งยืนมากขึ้น

เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม SMB จำเป็นต้องมีความเข้าใจที่ดีขึ้นเกี่ยวกับวิธีที่พวกเขาสามารถเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและเข้าถึงความสามารถของพนักงานที่เหมาะสมเพื่อทำให้การดำเนินงานของพวกเขาเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (รูปที่ 6)

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องมีความยั่งยืนมากขึ้น (รูปที่ 6)



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย



ความยืดหยุ่น: เพื่อให้แน่ใจว่า SMB มีความยืดหยุ่น รัฐบาลควรมุ่งเน้นไปที่การลดต้นทุนการค้าผ่านการลดความซับซ้อนของกระบวนการทางการค้า การเปิดเสรีทางการค้า และการปรับปรุงคุณภาพด้านโลจิสติกส์



อีคอมเมิร์ซและการค้า: เพื่อสนับสนุนการส่งออกของ SMB ผ่านอีคอมเมิร์ซ ให้แน่ใจว่ามีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพและการสร้างขีดความสามารถเพื่อแสดงตัวตนในตลาดออนไลน์ทั่วโลก และกระบวนการซื้อขายดิจิทัลเพื่อปรับปรุงผู้ขายออนไลน์-SMB ในการส่งออก



เพศ: เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่องของ SMB ที่นำโดยสตรี ส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล การจัดหาเงินทุน และตลาดส่งออกใหม่ของผู้หญิง



ความยั่งยืน สนับสนุน SMB ด้วยการเปลี่ยนแปลงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับวิธีการที่เหมาะสมที่สุดเพื่อให้ธุรกิจเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การวัดรอยเท้าคาร์บอน และการจัดหาเงินทุน