Sustainability is the Future of Thai Economy

ดร.เบญจรงค์ สุวรรณคีรี
รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

History of Thai as exports-driven

"โชติช่วงชัชวาล"

- เกิด Eastern Seaboard (เน้นอุตสาหกรรมหนักที่เป็นพื้นฐานของประเทศ)
- ไทยหวังจะเป็นเสือตัวที่ 5 แห่งเอเชีย
- เม็ดเงินลงทุนต่างชาติไหลเข้ามหาศาล โดยเฉพาะญี่ปุ่น

"กินบุญเก่า"

- ยุคทองของการส่งออกจากแรงหนุนจากเงินบาทอ่อนค่า
- ไทยเป็นฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของโลก เน้น OEM

"Lost Decade"

- ทศวรรษแห่งวิกฤต (Subprime, หนี้ยุโรป, น้ำท่วมใหญ่,สงครามการค้า, COVID-19, สงครามรัสเซีย-ยูเครน)
- เศรษฐกิจโตช้าจากบาดแผลจากหลายวิกฤตและปัญหาเชิงโครงสร้างเร่งตัวขึ้น (สังคมผู้สูงอายุ หนี้ครัวเรือนสูง)
- ส่งออกและลงทุนโตต่ำ เริ่มสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันในหลายอุตสาหกรรม

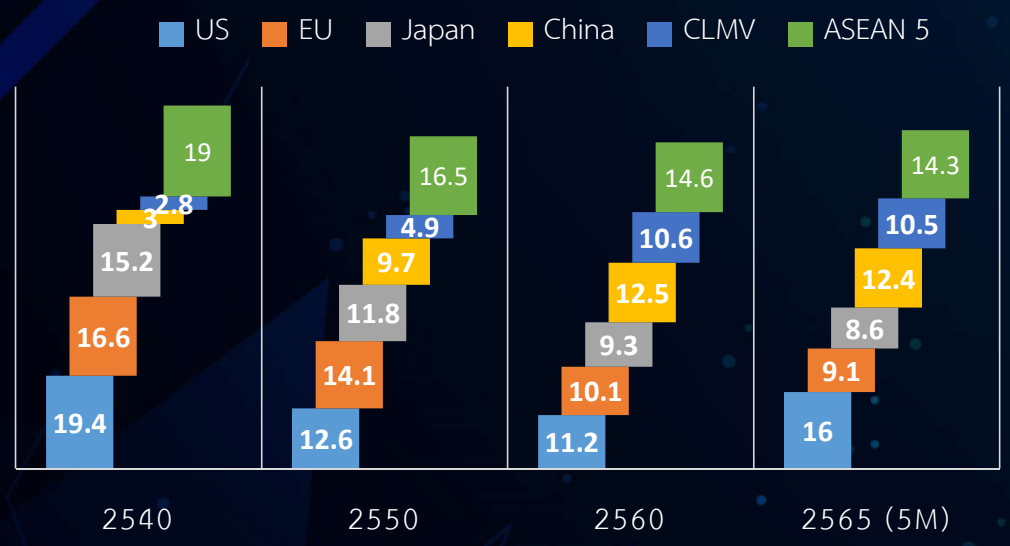
	2525	2537	2540	2552	2563
GDP		8.0% (หลายปีโต 12-13%)		4.8%	2.6%
การส่งออก		16.5%		12.9%	5.3%
การลงทุน		11.2%		5.6%	3.1%
			วิกฤตต้มยำกุ้ง	วิกฤต Subprime	วิกฤต COVID-19

Structure of Export and Exporters

Structure of Thai Export : กระจุกตัวทั้งตลาดและสินค้า

ตลาดส่งออกสำคัญของไทย

สัดส่วนการส่งออกของไทยไปแต่ละตลาด (%)



- ไทยพึ่งพาตลาดข้างต้นถึงราว 70% มาโดยตลอด 25 ปี
- บทบาทของ จีน และ CLMV (โดยเฉพาะเวียดนาม) เพิ่มขึ้น สวนทางกับตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ EU และญี่ปุ่น

สินค้าส่งออกสำคัญของไทย

5 อันดับแรก ปี 2564

01 **รถยนต์อุปกรณ์และส่วนประกอบ**
มูลค่า 29,250 Mil.US สัดส่วน 11%

02 **เครื่องคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน**
มูลค่า 22,036 Mil.US สัดส่วน 8%

03 **ผลิตภัณฑ์ยาง**
มูลค่า 14,472 Mil.US สัดส่วน 5%

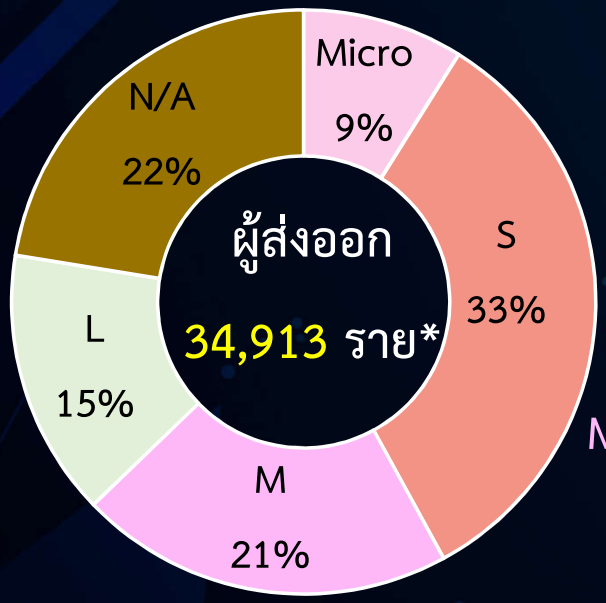
04 **เม็ดพลาสติก**
มูลค่า 11,250 Mil.US สัดส่วน 4%

05 **อัญมณีและเครื่องประดับ**
มูลค่า 10,052 Mil.US สัดส่วน 4%

- 5 อันดับแรก : สัดส่วนราว 30%
- 10 อันดับแรก : สัดส่วนราว 50%

#1 ทูน่ากระป๋อง
สับปะรดกระป๋อง
ทุเรียน
แป้งมันฯ แปรรูป

Structure of Thai Exporters : มูลค่าส่งออกกระจุกตัวที่กิจการขนาดใหญ่



MSMEs = 63%

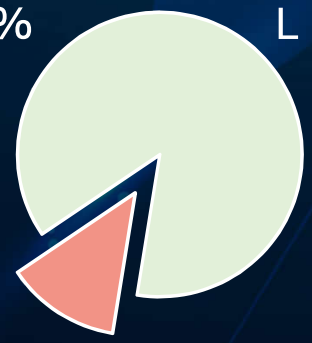
* ข้อมูลเบื้องต้นปี 2564

ผู้ส่งออกรายใหญ่มีจำนวนน้อย แต่มูลค่าส่งออกมาก

L : ส่งออกเฉลี่ยต่อรายราว 1,400 ล้านบาท

SMEs : ส่งออกเฉลี่ยต่อรายราว 45 ล้านบาท

จำนวนผู้ส่งออกรวม = 34,913 ราย*



มูลค่าส่งออกรวม = 8.6 ล้านล้านบาท*

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ทำธุรกิจส่งออก

1% ของผู้ประกอบการทั้งหมด

(3.19 ล้านราย)

แคนาดา 12% เวียดนาม 8%

ผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีสัดส่วนทำธุรกิจส่งออกมากกว่า SMEs

40% ของ L ทำธุรกิจส่งออก

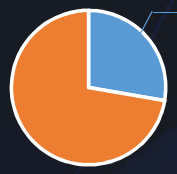
0.7% ของ SMEs ทำธุรกิจส่งออก

Stuck in the old world

สินค้าและบริการของไทย : เก่า แก่ ป่วย

อุตฯ เก่า

ส่งออกกระจุกในอุตสาหกรรมที่จะถูก Disrupt หรือมูลค่าเพิ่มต่ำ



2563

Hi-Tech 27.7%

ต่อมูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

สัดส่วนส่งออกสินค้า Hi-Tech ของอาเซียน

อันดับ 5

1. ฟิลิปปินส์ = 64.4%
2. สิงคโปร์ = 55.3%
3. มาเลเซีย = 53.8%
4. เวียดนาม = 41.7%

ไทยเป็นฐานผลิตสินค้าที่กำลังจะถูก Disrupt อย่าง HDD และ ICE

ผู้ผลิตคอมพิวเตอร์แบบพกพาเลือกใช้ SSD ที่มีน้ำหนักเบาและราคาต่อหน่วยถูกลงแทน HDD

เกษตรแก่

เกษตรกรสูงวัยและติดกับดักสินค้าต้นน้ำ (Upstream) ซึ่งมูลค่าไม่สูง

- อายุเฉลี่ยแรงงานเกษตรไทย 58 ปี
- แรงงานไทยอยู่ในภาคเกษตร 30% แต่ภาคเกษตรมีส่วนใน GDP เพียงราว 10%
- ผู้ประกอบการไทยเน้นส่งออกสินค้าต้นน้ำ
  - มูลค่าเพิ่มและ Bargaining Power ต่ำ
- ส่วนแบ่งตลาดโลกลดลงในช่วงปี 2554-2564
  - ทูน่ากระป๋อง (40% >> 25%) #1
  - สับปะรดกระป๋อง (51% >> 34%) #1
  - ข้าว (27% >> 13%) #2

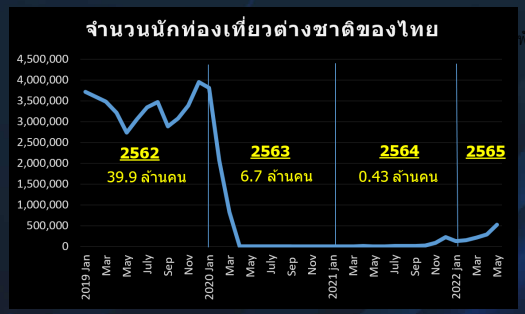
บริการป่วย

ท่องเที่ยวยังต้องใช้เวลาในการฟื้นไข้ ไทยขาดบริการใหม่ๆ มาสนับสนุน

- ไทยพึ่งพิงรายได้ภาคบริการจากการท่องเที่ยวเป็นหลัก ... “โควิด ทำให้ โคม่า”

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5M/65 (1.3 ล้านคน)

ยังอยู่ที่เพียง 7.8% ของก่อน COVID-19 ระบาด



Shift gear to the new world economy

S-Curve & Sustainability

ปรับอุตสาหกรรมสู่ S-Curve ใหม่ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

อุตสาหกรรมเดิมเริ่มมีปัญหาในการเพิ่มรายได้หรือยอดขาย จึงต้องหา S-Curve ใหม่มาแทน เพื่อให้เกิดการพัฒนาได้ต่อเนื่อง

Beginning
เริ่มต้นธุรกิจ

Expansion
ขยายธุรกิจ
เดินหน้าเพิ่มกำลังการผลิต
เพื่อขยายธุรกิจให้โตขึ้น

Peak
กิจการเข้าสู่
ช่วงเติบโตสูงสุด

Transition
ช่วงขาลงของธุรกิจ
ต้อง Transform เพื่อเติบโตต่อ

Industry Shift
ไปอุตสาหกรรมใหม่

First S-Curve

1. Next – Generation Automotive
2. Intelligent Electronics
3. Food for the Future
4. Advanced Agriculture and Biotechnology
5. High-Value and Medical Tourism

New S-Curve

1. Digital
2. Automation & Robotics
3. Biofuel & Biochemical
4. Aviation & Logistics
5. Medical and Comprehensive Healthcare
6. Defense
7. Education and Human Resource Development

ความสนใจลงทุนใน S-Curve ในช่วงที่ผ่านมายังไม่มาก และเน้นไปที่ First S-Curve

มูลค่าขอรับการส่งเสริมฯ ตามกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย

(หน่วย :พันล้านบาท)

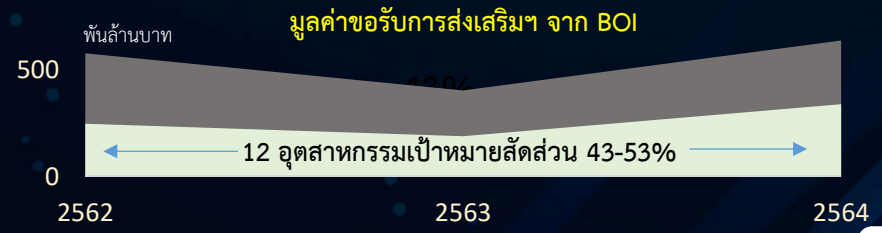
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

อันดับเม็ดเงินการขอรับการส่งเสริมฯ ตามกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย

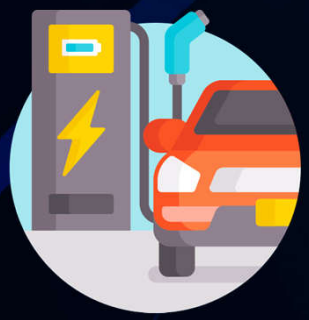
ลำดับ	2562	2563	2564	2565 (ม.ค.-มี.ค.)
1	เครื่องใช้ฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	เครื่องใช้ฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	เครื่องใช้ฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	ยานยนต์และชิ้นส่วน
2	ยานยนต์และชิ้นส่วน	ยานยนต์และชิ้นส่วน	การแพทย์	การเกษตรและแปรรูปอาหาร
3	การเกษตรและแปรรูปอาหาร	การเกษตรและแปรรูปอาหาร	ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์	เครื่องใช้ฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
4	การท่องเที่ยว	การแพทย์	การเกษตรและแปรรูปอาหาร	การแพทย์ (ถุงมือยาง)
5	ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์	ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์	ยานยนต์และชิ้นส่วน	เทคโนโลยีชีวภาพ
6	เทคโนโลยีชีวภาพ	เทคโนโลยีชีวภาพ	เทคโนโลยีชีวภาพ	ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์
7	การแพทย์	การท่องเที่ยว	การท่องเที่ยว	การท่องเที่ยว
8	ดิจิทัล	ดิจิทัล	ดิจิทัล	ดิจิทัล
9	พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฯ	อากาศยาน	อากาศยาน	พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฯ
10	ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์	ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์	ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์	ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์
11	อากาศยาน	ป้องกันประเทศ	ป้องกันประเทศ	อากาศยาน
12	ป้องกันประเทศ	พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฯ	พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฯ	ป้องกันประเทศ

หมายเหตุ : ตัวอักษรสีขาว คือ 5 อุตสาหกรรมเป้าหมายเดิม และตัวอักษรสีส้ม คือ 7 อุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่

ที่มา : รายการการขอรับการส่งเสริมการลงทุนสุทธิ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน



S-Curve ได้ลมใต้ปีกอย่าง Sustainability ช่วยหนุน



EV

Bio Plastic

Plant-based Food

Tourism (Sustainability)

Automation & Robotic

Smart Farming

นอกเหนือจาก 12 S-Curve

WHY...Sustainability

เป้าหมาย ตั้งเป้าปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593

1.5°C มุ่งรักษาระดับอุณหภูมิโลกไม่ให้ร้อนขึ้นเกิน 1.5°C

2°C ควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยโลกให้ต่ำกว่า 2°C เทียบกับระดับก่อนยุคอุตสาหกรรม (Pre-Industrial Levels)

- UNEP เตือน "การปล่อยก๊าซเรือนกระจกและควบคุมภาวะโลกร้อนตามคำมั่นสัญญาใน Paris Agreement ยังไม่เพียงพอ โดย**โลกอาจจะร้อนขึ้นเหนือระดับ 2.7°C ในศตวรรษนี้ และจะถึงจุดหายนะภายใน 30 ปีข้างหน้านี้** จากคลื่นความร้อน ขาดแคลนอาหาร และปัญหาภัยธรรมชาติรุนแรง"

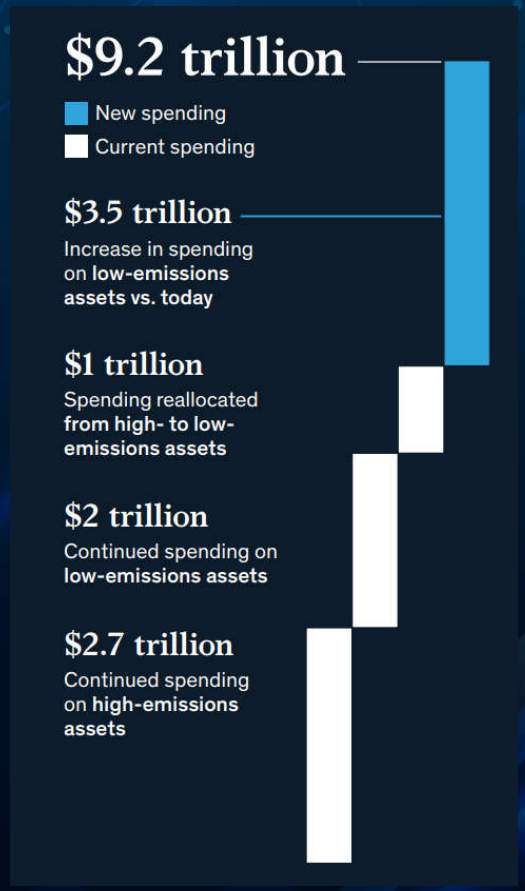
- IPCC ระบุ "**ระดับการปล่อยก๊าซคาร์บอนของโลกจะต้องถึงจุดสูงสุดภายในปี 2568 หากไม่เริ่มทำตอนนี้ ก็จะหมดโอกาสในการควบคุมอุณหภูมิโลกไว้ที่ 1.5°C อีกต่อไป**"

Sustainability needs Investment

การเปลี่ยนสู่ความยั่งยืนต้องใช้เงินลงทุน (Sustainability needs investment)

การปรับเปลี่ยน
เพื่อให้เกิดความยั่งยืน
ต้องใช้เงินลงทุน

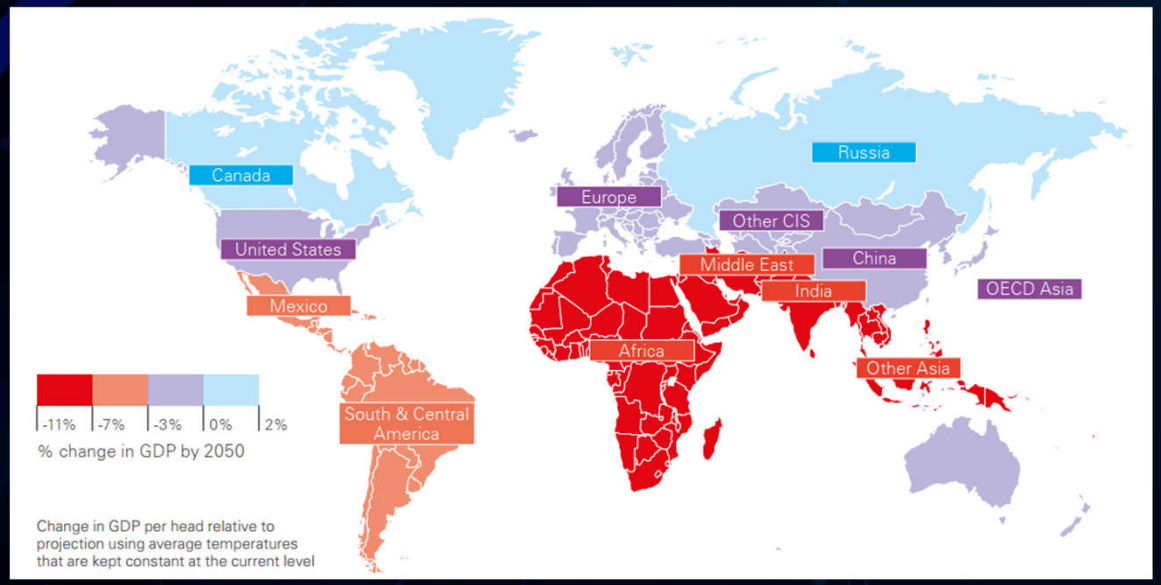
"เพื่อจะบรรลุเป้า Net Zero ในปี ค.ศ. 2050 โลกต้องใช้เงินลงทุนเพื่อเปลี่ยนไปสู่การใช้พลังงานที่ยั่งยืน เพิ่มจากระดับการลงทุนในปัจจุบันอีกปีละ 3.5 Tril.US รวมเป็นปีละ 9.2 Tril.US ในระยะ 30 ปีข้างหน้า"



Sustainability seems to be more expensive, but it is not !

- แม้การก้าวสู่ความยั่งยืนจะต้องลงทุนเพิ่มขึ้น แต่ก็ช่วยลดความเสี่ยงในระยะยาว (หากไม่ลงทุนจะเสียหายมากกว่า)
- การลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความยั่งยืน อย่างพลังงานหมุนเวียน ให้ผลตอบแทนดีกว่าสินทรัพย์ที่ไม่ยั่งยืนอย่างเชื้อเพลิงฟอสซิล

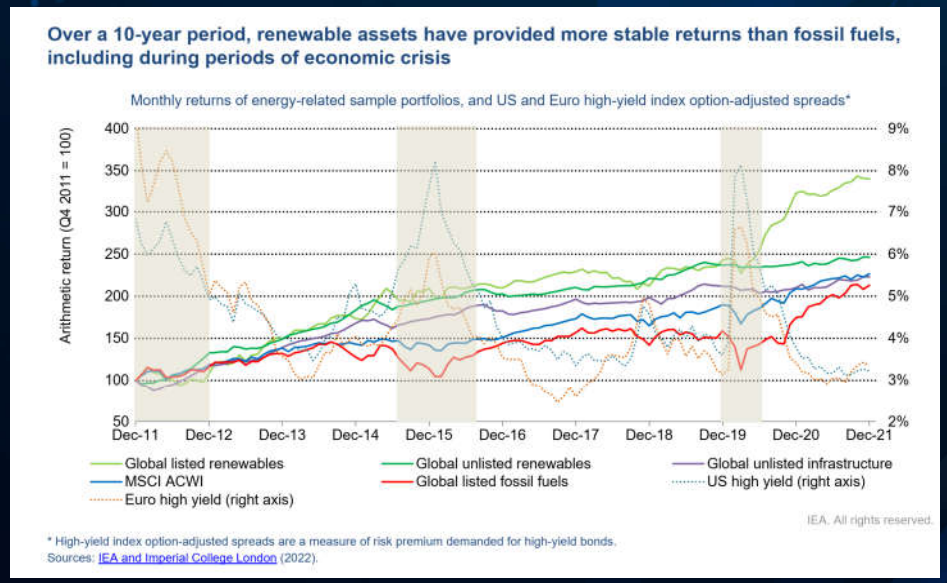
ผลของโลกร้อนต่อระดับ GDP* ของประเทศต่างๆ ในปี 2593



หมายเหตุ : * % ของ GDP ที่ลดลงเมื่อเทียบกับกรณีที่โลกมีอุณหภูมิคงที่ (GDP ลดลงเนื่องจากภัยธรรมชาติที่เกิดบ่อยครั้งขึ้น กระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ)

ที่มา : Energy Outlook 2020, BP

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา การลงทุนในสินทรัพย์ที่ยั่งยืนให้ผลตอบแทนที่มั่นคงกว่าสินทรัพย์ทั่วไป



ที่มา : IEA World Energy Investment 2022

4 ประสาน : กลไกที่ทำให้ Sustainability is possible

Policy

มาตรการลงโทษอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดโลกร้อนและไม่สอดคล้องกับความยั่งยืน

Firm

ดำเนินธุรกิจใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม

People

เลือกซื้อสินค้าและบริการจากแบรนด์ที่ใส่ใจความยั่งยืน

Finance

สถาบันการเงินละนักลงทุนเลือก Support ธุรกิจที่ยั่งยืน

Policy : Sustainability เป็นมาตรฐานใหม่ที่หลายประเทศนำมาบังคับใช้

เป้า Net Zero Emission

ปี ค.ศ.	2040	2045	2050	2060	2065
	• Austria • Iceland	• Germany • Sweden	• UK • USA • Japan • EU • South Korea • Canada	• China	• Thailand

ผู้นำเข้านำมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมมาใช้เพิ่มขึ้น

- ห้าม/ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกหรือบรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น
  - EU ใช้ระเบียบว่าด้วยพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (EU Single-Use Plastics Directive)
- มาตรการด้านแรงงานและสวัสดิภาพสัตว์
  - สหรัฐฯ ห้ามนำเข้าสินค้าจากบริษัทที่ใช้แรงงานบังคับ
  - EU อินเดีย ไต้หวัน และอีกหลายตลาด ห้ามนำสัตว์มาใช้ในการทดลอง
- Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) ของ EU
  - ทดลองใช้ปี 2566-2569 และใช้จริง 1 ม.ค. 2570
  - เริ่มจากสินค้า 9 รายการที่ปล่อยคาร์บอนสูง อาทิ เหล็ก อะลูมิเนียม ปุ๋ย ซีเมนต์ พลาสติก และไฟฟ้า
  - บางประเทศใน EU เริ่มปรับขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่มสินค้าอาหารบางชนิด เช่น เนื้อสัตว์ซึ่งปล่อยคาร์บอนสูง

มาตรการ CBAM : SMEs ที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตของธุรกิจใหญ่ ก็จะได้รับผลกระทบเช่นกัน เพราะการคำนวณปริมาณการปล่อยคาร์บอนจะคิดทั้งวงจรการผลิตสินค้านั้นๆ

People : ผู้บริโภคมีความคาดหวังมากขึ้นว่าแบรนด์ต่างๆ จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดกระบวนการผลิต และนำมาเป็นปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้า

44%
ไม่สนับสนุนแบรนด์ที่ทารุณกรรมสัตว์

2 ใน 3
สนับสนุนการบังคับให้ผู้ผลิตติดฉลาก Carbon Footprint

41%
ไม่ซื้อสินค้าจากแบรนด์ที่ปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม

3 ใน 4
เดินทางท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความยั่งยืนมากขึ้น

ที่มา : รายงาน Climate Change and Food Production (2020) ของ International Food Information Council, Foodinsight.org (2020) และ UK Alliance on Health and Climate Change (UKAHCC) (2020) Statista Global Consumer Survey (2020) และ Booking.com

Firm : องค์กรจำนวนมากทั่วโลกเริ่มใช้แนวทางดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคม

Planet

รักษ์โลก ใส่ใจชุมชนและสังคม

People

นึกถึงลูกค้า พร้อมใส่ใจพนักงาน

Profit

กำไรสูงสุดไม่ใช่เป้าหมายสูงสุด

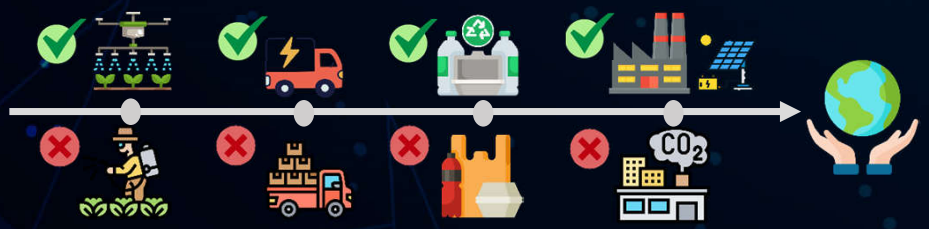
ประกาศเป้าหมาย/จุดยืนที่ชัดเจน อาทิ

- H&M ลดคาร์บอนครึ่งหนึ่งภายในปี ค.ศ. 2030
- C.P. GROUP Carbon Neutral ภายในปี ค.ศ. 2030
- DHL Zero Emissions Logistics ภายในปี ค.ศ. 2050
- amazon Net Zero Carbon ภายในปี ค.ศ. 2040
- L'ORÉAL PARIS ประกาศไม่ใช้สัตว์ในการทดลองผลิตภัณฑ์
- แสดงจุดยืนสนับสนุน LGBTQ และความเท่าเทียม
- 300 บริษัทท่องเที่ยวรายใหญ่ให้คำมั่นว่าจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงครึ่งหนึ่งภายในปี ค.ศ. 2030

ดำเนินการปรับเปลี่ยนอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ

- H&M ลงทุนกว่า 10,000 ล้านบาท เพื่อปรับสู่ความยั่งยืน อาทิ พัฒนาวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เปลี่ยนใช้พลังงานหมุนเวียน
- amazon ทยอยใช้ EV ในการขนส่งสินค้า เปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่มีการปล่อย CO_2 สุทธิเท่ากับ 0 และลดจำนวนการหีบห่อสินค้าที่ไม่จำเป็น
- Lazada ใช้แก้วกระดาษเคลือบไบโอพลาสติก และแก้วพลาสติกชีวภาพ ซึ่งย่อยสลายได้ และรวบรวมส่งมอบแก้วดังกล่าวจากลูกค้าให้กรมป่าไม้นำไปเพาะกล้าแทนการใช้ถุงดำ

ผู้ผลิตทั้งรายใหญ่และรายเล็กที่ไม่สามารถปรับตัวสู่ความยั่งยืนได้จะถูกปลดออกจาก Supply Chain การผลิต

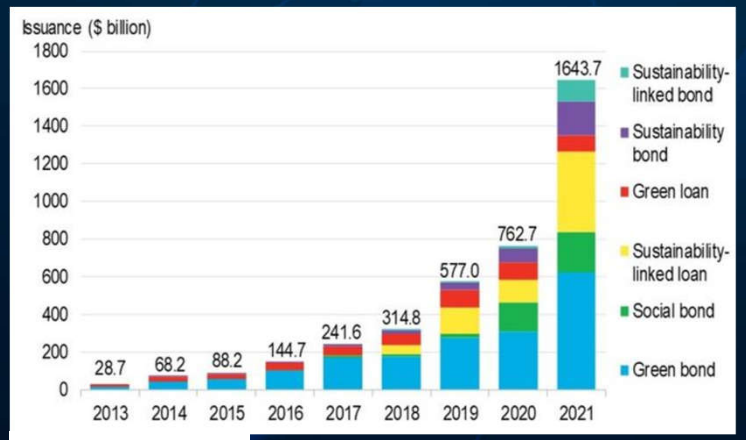


Finance : ตลาดทุนและสถาบันการเงินต่างหันมาให้ความสำคัญมากขึ้นกับความยั่งยืน

การสนับสนุนทางการเงิน : ความยั่งยืนกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาสินเชื่อหรือออกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

- Glasgow Financial Alliance for Net Zero (GFANZ) สถาบันการเงินใหญ่กว่า 450 แห่งทั่วโลก ซึ่งมีสินทรัพย์รวมกันกว่า 130 Tril.US ประกาศจุดยืนพร้อมช่วยให้โลกบรรลุเป้า Net Zero ภายในปี ค.ศ. 2050 ด้วยการสนับสนุนเงินทุนแก่กิจการเพื่อความยั่งยืนหรือการเปลี่ยนผ่านสู่ความยั่งยืน
- Bloomberg Intelligence คาดว่ามูลค่าสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนจะเพิ่มจากราว 35 Tril.US ในปี 2563 เป็น 41 Tril.US ในปี 2565
- Sustainable Debt ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นมากจนมีมูลค่าสะสมทะลุ 1.6 Tril.US ในปี 2564

Sustainable Debt เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปี



Source: BloombergNEF

การเปิดเผยข้อมูล : มีข้อกำหนดให้สถาบันการเงินในประเทศต่างๆ ต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืน

- SEC (กลต.สหรัฐฯ) เสนอกฎให้กองทุนที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน (ESG) ต้องเปิดเผยข้อมูลเพื่อป้องกันการแอบอ้าง
- ตั้งแต่ 10 มี.ค. 2564 กองทุน ESG ใน EU ต้องเปิดเผยข้อมูลตามเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลการลงทุนอย่างยั่งยืนของ EU (SFDR)
- ตั้งแต่ เม.ย. 2565 บริษัทขนาดใหญ่และสถาบันการเงินใน UK ต้องเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศตามมาตรฐานสากล (Task Force on Climate-Related Financial Disclosure : TCFD)
- ตั้งแต่ ก.พ. 2565 บริษัทจดทะเบียนและผู้ออกพันธบัตรในจีนต้องเผยแพร่ข้อมูลการปล่อยคาร์บอนและข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

Role of EXIM BANK

Go Sustainable เพิ่มมูลค่าสินค้า/บริการ ด้วยการสนับสนุนการก้าวสู่ความยั่งยืน

Go Inter เพิ่มผู้ส่งออก โดยเฉพาะ SMEs ที่ยังมีอยู่น้อย

EXIM BANK Direction

ไทยติดกับดักเศรษฐกิจ >>> EXIM THAILAND >>> Thailand Development Bank

ผ่าทางตันวิกฤตประเทศ...
ปรับเครื่องยนต์เศรษฐกิจใหม่

พัฒนาผู้ประกอบการทุกระดับ
พัฒนาอุตสาหกรรมใหม่
พัฒนาธุรกิจไทยสู่ตลาดโลกอย่างยั่งยืน

⚠ เศรษฐกิจติดหล่ม
- เศรษฐกิจโตต่ำ
- การส่งออกเปราะบาง

10 ปี โตเฉลี่ย 2%

⚠ โครงสร้างผู้ประกอบการย้อนแย้ง
SMEs มีมากถึง 99% ของทั้งระบบ ⇨ แต่มีบทบาทเพียง 34% ของ GDP

Dual-track Policy

EXIM THAILAND

ฝันให้ใหญ่
ไปให้ไกล
ไม่ทิ้งคนตัวเล็ก

Development Bank
กลไกภาครัฐ พัฒนาประเทศ

One Stop Trading Facilitator for SMEs
สร้างผู้ส่งออก SMEs รายใหม่
ด้วยบริการครบจบที่เดียว

Go Sustainable : EXIM BANK สนับสนุนผู้ประกอบการเติบโตอย่างยั่งยืน

Clean Energy Project

วงเงินที่ EXIM THAILAND สนับสนุน
57,561
ล้านบาท

กำลังการผลิตไฟฟ้า
6,528
MW

จำนวนโครงการ
254
โครงการ

มูลค่าโครงการพลังงานหมุนเวียน*
375,454
ล้านบาท

ลดการปล่อยคาร์บอน
>100
ล้านตัน

หมายเหตุ : * รวมมูลค่าของโครงการทั้งหมดซึ่งมีส่วนที่ EXIM BANK ไม่ได้เป็นผู้สนับสนุนทางการเงิน

Business

บมจ. บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

บรรจุภัณฑ์จากเยื่อพืชย่อยสลายเองได้

บจก. เอเซียติค อุตสาหกรรมเกษตร

แปรรูปมะพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น น้ำมะพร้าว
Plant-based Milk (นมจากมะพร้าว)

Go Inter : EXIM BANK สนับสนุนผู้ประกอบการบุกตลาดส่งออก

ตกแต่งเรือ เตรียมความพร้อม ก่อนออกลุยน่านน้ำ

Grooming Program

- Training
  บ่มเพาะความรู้/ทักษะการส่งออก
- SME Export Studio
  ช่วย Design & Packaging, Photoshoot, Social Marketing, Storytelling

ติดหางเสือ ให้เรือแล่นถูกทิศ

Market & Network Seeking Program

- EXIM Thailand Pavilion
  ร้านค้าออนไลน์ของ EXIM BANK บน Alibaba
- Rep. Office ใน CLMV
- Team Thailand
- Asian EXIM BANK Network

เสริมเครื่องยนต์สุดแรง ไปได้ไกล ไม่สะดุด

Exclusive Financial Program

Product Program
พร้อมเสิร์ฟทุกวิกฤตและโอกาส

- สินเชื่อเอ็กซิมเพื่อซัพพลายเออร์ส่งออก
- สินเชื่อ EXIM Logistics
- สินเชื่อเอ็กซิมลุยตลาด RCEP
- สินเชื่อสำหรับผู้ส่งออกหน้าใหม่ เช่น สินเชื่อเพื่อผู้ส่งออกป้ายแดง
- EXIM Biz Transformation Loan

มีเรือยางพร้อมชูชีพ อุ่นใจ ไร้กังวล

Risk Protection Program

- ประกันการส่งออก
- วิเคราะห์ข้อมูลผู้ซื้อ/ธนาคารผู้ซื้อก่อนส่งออก
- FX Forward

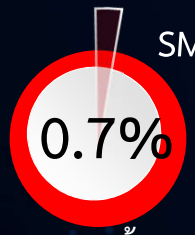
นอกจากนี้ EXIM BANK ยังมีบริการด้านการลงทุน เช่น

- สินเชื่อโครงการลงทุนในต่างประเทศ
- ประกันการลงทุน

SMEs ไทยยังเคยชินกับการขายในประเทศเป็นหลัก

SMEs ไทยยังเป็นผู้ส่งออกค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับประเทศอื่น

ไทย



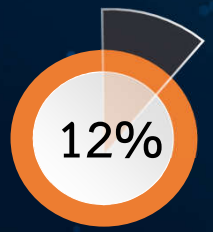
SMEs ที่เป็นผู้ส่งออก 2.2 หมื่นราย

ของ SMEs ทั้งระบบ (3.18 ล้านราย)

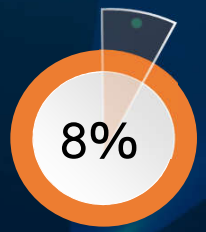
ที่มา : สสว. (ก.ค. 2565)

สัดส่วน SMEs ที่เป็นผู้ส่งออกในประเทศอื่น

แคนาดา



เวียดนาม



ที่มา : Ministry of Economy, Trade and Industry (ญี่ปุ่น), OECD, Innovation, Science and Economic Development Canada

SMEs ไทยมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจ น้อยกว่าที่ควร

ไทย

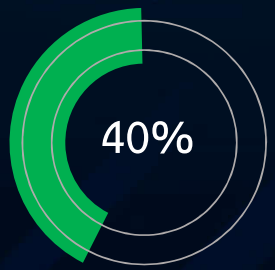
ที่มา : สสว. (มิ.ย. 2565)

"ส่วนหนึ่งมาจาก SMEs ไทยส่วนใหญ่ยังค้าขายในประเทศ ทำให้ไม่ค่อยโต และช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาพรวมได้ไม่มากนัก"

สัดส่วน GDP ของ SMEs ต่อ GDP รวมในประเทศอื่น

กลุ่มประเทศ OECD

เวียดนาม



ที่มา : OECD, Vietnam Association of Small and Medium Enterprises

เพิ่มความมั่นใจในก้าวแรกสู่ตลาดโลกด้วยการตั้งเป้าหมายระยะต้นที่ตลาดใกล้บ้าน

"Ordinary people know their limits.
Marathoners know how to push them."

SMEs ส่วนใหญ่เปรียบเสมือน
นักวิ่งที่มั่นใจแค่ระยะ Mini-Marathon

- ยังไม่มั่นใจในศักยภาพของตนเองว่าไปได้ไกลกว่าเดิม
- เน้นขายเฉพาะในประเทศ

ไทย

Mini Marathon

ข้อจำกัดตลาดในประเทศ

- ตลาดจำกัด ประชากรราว 70 ล้านคน
- เศรษฐกิจติดหล่ม ขยายตัวเฉลี่ย 2% ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา
- สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ

อาเซียน

Half Marathon

- ตลาดใหญ่ขึ้น ประชากร 667 ล้านคน
- เศรษฐกิจโตต่อเนื่อง เฉลี่ย 5.2% ต่อปี (2565-2569)
- สินค้าไทยเป็นที่รู้จักและมี Goodwill ในหลายประเทศ

โลก

Full Marathon

- หลายประเทศตลาดใหญ่
- หลายประเทศกำลังซื้อสูง
- หลายประเทศเศรษฐกิจโตแรง

Market : เริ่มที่ CLMV ตลาดศักยภาพใกล้ตัว

CLMV Highlights

เศรษฐกิจโตสูง
โดยเฉพาะเวียดนาม 6.8%
กัมพูชา 6.1% (แนวโน้มปี 2565-2570)

ตลาดขนาดใหญ่
กว่า 170 ล้านคน

มี FTA กับหลายประเทศ
เช่น EVFTA (EU-เวียดนาม)
CKFTA (กัมพูชา-เกาหลีใต้)

FDI โตสูงปีละ 12%
(เฉลี่ยปี 2559-2563)

ที่มา : IMF, UNCTAD, กระทรวงพาณิชย์

SMEs Strategic Position

กัมพูชา
กำแพงการค้าต่ำ จุดเริ่มต้นแรกของผู้ส่งออก
วัตถุดิบสิ่งทอ สินค้าอุปโภคบริโภค

สปป.ลาว
เพื่อนบ้านใกล้ชิดไทย
สินค้าอุปโภคบริโภค
เครื่องแต่งกาย

เมียนมา
รอการเมืองสงบ รอโอกาสจากตลาดที่โตก้าวกระโดด
วัสดุก่อสร้าง สินค้าอุปโภคบริโภค

เวียดนาม
Rising Star กับโอกาสเชื่อมโยง Supply Chain
วัตถุดิบ/สินค้าขั้นกลางสำหรับสิ่งทอ เครื่องจักร ยานยนต์ และสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงสินค้าที่เชื่อมโยงกับ BCG (Bio-Circular-Green)

Soft Power

สร้าง Multiplier Effect และแรงดึงดูดสินค้า/ธุรกิจไทย

- ✓ อิทธิพลของละคร/ซีรีส์/เพลงไทย ทำให้สินค้าไทยเป็นที่นิยมแพร่หลาย
- ✓ สินค้า Made in Thailand ถูกยอมรับว่าเป็นสินค้า Premium

คือ ตัวอย่างสินค้าส่งออกศักยภาพ

Industry : เน้นสินค้าตอบโจทย์โลก Next Normal

More Green

สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยให้โลกเติบโตอย่างยั่งยืน

เช่น
- บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติและย่อยสลายเองได้
- เสื้อผ้า/รองเท้าที่ผลิตจากขยะรีไซเคิล

More Digital

สินค้าที่อำนวยความสะดวก ช่วยให้การทำงาน/การใช้ชีวิตสบายขึ้น

เช่น
- แขนกลอัจฉริยะ
- ระบบ Automation
- หุ่นยนต์ทำความสะอาด หุ่นยนต์เสิร์ฟอาหาร

More Healthy

สินค้าที่ช่วยให้ตัวเองดูดีและสุขภาพแข็งแรง

เช่น
- อาหาร/เครื่องดื่มเสริมวิตามิน
- Plant-based Food
- Organic Food
- Smart Watch

"การดำเนินธุรกิจและกระบวนการผลิตสินค้าควรสอดคล้องกับแนวทางความยั่งยืน (Sustainability)" → Transformation

“SMEs ส่งออกส่วนใหญ่มี Performance ดีกว่าผู้ที่ขายในประเทศ”

ไปตลาดโลกแล้วโอกาสเพิ่มขึ้นกว่าอยู่ในประเทศ

หลายประเทศตลาดใหญ่

66 ล้านคน

- เวียดนาม 98 ล้านคน
- อินโดนีเซีย 272 ล้านคน

หลายประเทศเศรษฐกิจโตแรง

(GDP Outlook 2566-2570)

3.6%

- เวียดนาม 7.0%
- อินเดีย 6.7%

หลายประเทศกำลังซื้อสูง

(GDP per Capita ปี 2565)

7,449 USD

- มาเลเซีย 13,268 USD
- เกาหลีใต้ 34,994 USD

SMEs ที่เป็นผู้ส่งออก VS SMEs ที่ขายในประเทศ

ค่าเฉลี่ย

Revenue	> 4 เท่า
Net Profit	> 1 เท่า
RoA	> 1 เท่า

หมายเหตุ : Revenue, Net Profit คำนวณจากข้อมูลปี 2562 ของผู้ประกอบการที่มีรายได้ 1.8 - 500 ลบ. และตัดค่า Outlier

ที่มา : คำนวณโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ EXIM BANK สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ และ IMF

EXIM THAILAND

YOUnique Products for SMEs

ดอกเบี้ยต่ำที่สุด

EXIM Biz Transformation Loan

2% ต่อปี
(2 ปีแรก)

อนุมัติแล้ว
กว่า 6,300 ล้านบาท
จากวงเงินโครงการ 10,000 ล้านบาท

เงื่อนไขยืดหยุ่นที่สุด

สินเชื่อเพื่อผู้ส่งออกป้ายแดง

ไม่ต้องมีหลักประกัน
ใช้บุคคลค้ำประกัน/
หนังสือค้ำประกันจาก บสย.

อนุมัติแล้วกว่า 400 ราย
วงเงินราว 180 ล้านบาท

ทางลัดสู่ตลาดโลกเร็วที่สุด

EXIM Thailand Pavilion

ร้านค้าออนไลน์
ของ EXIM BANK
บน Alibaba

สนับสนุนไปแล้ว
กว่า 1,700 ราย*

* EXIM Thailand Pavilion และ Online

สะอาดที่สุด

Solar Orchestra

เงินทุนติดตั้ง
Solar Rooftop
พร้อมเชื่อมโยง
Ecosystem ครบวงจร

สนับสนุน Clean Energy Projects
กว่า 250 โครงการใน 7 ประเทศ
(CLMVT อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น)
มูลค่าโครงการลงทุนรวม 3.7 แสนล้านบาท

EXIM ธ.ก.ส. วว. ร่วมปั้น Smart Farmers สู่ Smart Exporters ภายใต้ BCG Model

ธ.ค. 63
ได้รับรางวัลเกษตรกรดีเด่น (เกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิด ชนะเลิศปี 63) ที่ EXIM BANK ให้การสนับสนุนร่วมกับมูลนิธิสำนึกรักบ้านเกิด

ก.ค. 64
เข้าร่วมกิจกรรม Online Advisory Clinic กับ EXIM BANK เพื่อขอรับคำปรึกษาเชิงลึก เรื่องสินเชื่อและประกันการส่งออก

ต.ค. 64
ขอรับคำปรึกษาจาก EXIM BANK เรื่อง L/C ที่ได้รับจากประเทศเยอรมนี เพื่อสั่งซื้อขมิ้นชันสด

ธ.ค. 64
EXIM Bank ลงพื้นที่เพื่อบ่มเพาะต่อยอดความรู้ด้านการส่งออกแก่กลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนในภาคเหนือ ปลูกขมิ้นชันและแปรรูปจำหน่าย มีความสนใจจะเริ่มต้นส่งออก ให้สามารถก้าวไปสู่การเป็นผู้ส่งออกได้

ม.ค. 65
ได้รับอนุมัติ
- วงเงินสินเชื่อ Jump Start 1 ลบ.
- รับประกันการส่งออก EXIM for Small Biz มูลค่า 2 ลบ.
- FX Forward มูลค่า 1 ลบ.
- SME Export Studio ช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์ Packaging และเทคโนโลยีการยืดอายุขมิ้นชันสด ร่วมกับ วว.
- วางขายสินค้าบน EXIM Thailand Pavilion ร้านค้าออนไลน์ของ EXIM BANK

ก.พ. 65
ส่งออกขมิ้นชันสด Lot แรก มูลค่าราว 1 ลบ. ไปเยอรมนี ปัจจุบันได้รับการชำระเงินแล้ว

เม.ย. 65
เตรียมส่งออก Shipment ต่อ ๆ ไป มูลค่ารวม 9 ลบ.

ปรับสู่ BCG Model โดย
Bio การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร "ขมิ้นชัน"
Circular การนำของเสีย (Waste) มาทำปุ๋ยธรรมชาติ นำกลับมาใช้ใหม่
Green การผลิตสินค้าออร์แกนิคไม่มีสารปนเปื้อนตกค้าง

EXIM BANK สนับสนุนต้นแบบ Smart Farmers นำเรือเล็กอย่างวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก จ.ตาก ออกจากฝั่งไปสู่ตลาดโลก

ความสำเร็จ

EXIM BANK สร้าง Multiplier ทางเศรษฐกิจอย่างต่ำ 3-4 เท่า ของวงเงิน SMEs ที่ได้รับ

EXIM BANK ตั้งเป้าช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านการเงินและไม่ใช่การเงินกว่า **10,000 ราย**

วงเงินอนุมัติ SMEs ปี 2564 = **17,559 ลบ.** วงเงินอนุมัติSMEs Q1/65 = **4,541 ลบ.**

EXIM THAILAND
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

0 2169 9999 www.exim.go.th EXIM Bank of Thailand @EXIMThailand

จากปัญหา สู่นวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร

EXIM THAILAND สนับสนุนการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร

เสริมทุน

EXIM BANK เป็นธนาคารหลักแห่งเดียวที่สนับสนุนเงินลงทุนและเงินหมุนเวียน

ขยายตลาด

EXIM BANK มีแผนจัด Business Matching ให้บริษัทกับผู้ซื้อที่มีศักยภาพในเวียดนามและกัมพูชา

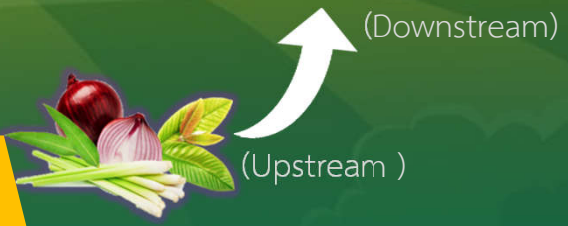
HAPPY NOZ

เพิ่มประสิทธิภาพ

EXIM BANK สนับสนุนแผนติดตั้งแผงโซลาร์ของบริษัท (EXIM BIZ Transformation Loan)

"Happy Noz" ผลิตและจำหน่ายสติ๊กเกอร์หัวหอมบรรเทาหวัด คัดจมูก รายแรกของโลกที่ใช้สารจากธรรมชาติ 100% มียอดขายอันดับ 1 ในไทย และส่งออกในสัดส่วน 10% ไปยัง 18 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจำหน่ายสติ๊กเกอร์กันยุง และสติ๊กเกอร์กันแมลงสาบ ภายใต้แบรนด์ Bug Guard และอยู่ระหว่างพัฒนาสติกเกอร์ลดความดัน

คุณวันทณีย์ เสนาคุณ
ผู้ก่อตั้งแบรนด์ Happy Noz



EXIM THAILAND

0 2169 9999 | www.exim.go.th | EXIM Bank of Thailand | @EXIMThailand

EXIM BANK

1 ใน ECAs ของเอเชีย-แปซิฟิก

เช่น EXIM China, EXIM Korea, EXIM India, JBIC
(ECA = Export Credit Agency)

1 ใน Buffer & Catalyst

เครื่องยนต์ที่ช่วยพยุงและกระตุ้นเศรษฐกิจในยามวิกฤต

1 ใน International Business Expert

มีประสบการณ์สนับสนุนการค้าและลงทุนในต่างประเทศกว่า 20 ปี

1 Thailand Development Bank

- 1 ใน 8 สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ (SFIs)
- Development Bank 1 เดียวในไทยต่อจาก IFCT

1 ใน Partner of Choice

- สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ และมีอีก 9 สาขาทั่วประเทศ
- Rep. Office 4 แห่งใน CLMV
  - C : กัมพูชา (พนมเปญ)
  - L : สปป.ลาว (เวียงจันทน์)
  - M : เมียนมา (ย่างกุ้ง)
  - V : เวียดนาม (โฮจิมินห์)

EXIM THAILAND

EXIM BANK Milestones

2536 — พ.ร.บ. จัดตั้ง EXIM BANK

ทุนเริ่มต้น 2,500 ลบ.

2537 — เปิดดำเนินการ

วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2537

2539 — จัดตั้งกองทุนพาณิชยนาวี เพื่อพัฒนากองเรือไทย

บรรเทาปัญหาขาดดุลบัญชีเดินสะพัดของไทย

2540 — วิกฤตต้มยำกุ้ง EXIM BANK ทำหน้าที่เสริมสภาพคล่องแทน ธพ.

ปี 2541
สินเชื่อ EXIM BANK : +19%
สินเชื่อ ธพ. : -11%

2546 — สนับสนุนการค้าและการลงทุนในมิติใหม่ๆ

เช่น
- ช่วยเหลือ SMEs ที่เข้าไม่ถึงแหล่งเงินทุน
- ป้องกันความเสี่ยงการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ

2549 — จุดประกายธุรกิจใหม่ๆ

เช่น
โครงการพลังงานทดแทน

2561 — Transformation

- บุกตลาด New Frontiers
- สนับสนุนธุรกิจที่ใช้นวัตกรรม, S-Curve และการลงทุนใน EEC
- สร้าง Hi-Potential SMEs และดึง SMEs เข้าสู่ Supply Chain ของ National Champion

2564 — New Direction (Dual-track Policy)

- Development Bank
- One Stop Trading Facilitator for SMEs

EXIM BANK เติมเต็มทุกความต้องการของผู้ประกอบการไทย

เติมช่องทางสร้างทางลัดเข้า E-Commerce โลก

✓ EXIM Thailand Pavilion

เติมเครือข่ายพันธมิตร

✓ ตัวกลางเชื่อมโยงกับ Guru เฉพาะทางในหลากมิติ

เช่น EEC, วว, สวทช.

องค์การบริหารก๊าซเรือนกระจก

เติมทุน+ป้องกันความเสี่ยง

New Financial Program

✓ EXIM Biz Transformation

✓ EXIM Supply Chain Financing

Risk Management Program

✓ ประกันการส่งออก/ลงทุน ✓ ป้องกันความเสี่ยงค่าเงิน

เติมความรู้+ความพร้อมก่อนส่งออก

○ วิชาการส่งออกสำหรับมือใหม่จนถึงมือโปร

○ Export Studio

ทั้ง Product Design, Packaging, Storytelling

EXIM THAILAND

ช่องทางติดต่อ EXIM BANK

Hot Line

02 169 9999

Website

www.exim.go.th

Line Official

@eximthailand

Facebook

EXIM Bank of Thailand

E-mail

info@exim.go.th