

DBS และ Singtel ส่งเสริม SMEs โดยเน้นระบบดิจิทัลและ อี-คอมเมิร์ซ



ธนาคารแห่งชาติสิงคโปร์ (Development Bank of Singapore : DBS) และบริษัทให้บริการโทรคมนาคม Singtel ส่งเสริมบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลาง (Small and medium-sized enterprises : SMEs) ในสิงคโปร์ โดยเน้นให้ SMEs ใช้ระบบดิจิทัลออนไลน์และอี-คอมเมิร์ซ (E-Commerce) ซึ่งในการส่งเสริมครั้งนี้ นับเป็น



แคมเปญครั้งที่ 3 ภายใต้ชื่อ “99%SME”

แคมเปญในปีนี้มีเป้าหมายเข้าถึง SMEs จำนวน 5,000 ราย ซึ่งเป็นจำนวน 2 เท่าเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยให้ลงทะเบียนเป็นสมาชิกบนเว็บไซต์ “99%SME” ที่สามารถทำตลาดออนไลน์เพื่อดำเนินการซื้อขายด้วยบริษัทเอง โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย



นอกจากนี้ E-Marketplace เปิดตัวเพื่อช่วย SMEs ในการทำตลาด อี-คอมเมิร์ซ ด้วยความร่วมมือกับ Lazada ในสิงคโปร์ ที่มี Alibaba เป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นการสอดคล้องกับโครงการ “SME Go Digital” ที่รัฐบาลได้ประกาศในงบประมาณปีนี้

Mr. Bill Chang ผู้บริหารระดับสูงของ Singtel กล่าวว่า ในขณะที่ SMEs ส่วนใหญ่ยอมรับว่าเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ทำให้เปลี่ยนแปลง แต่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ แคมเปญนี้ จะเอื้ออำนวยให้ SMEs เข้าสู่ระบบดิจิทัล โดยช่วยให้เข้าถึงออนไลน์และทำให้เกิดอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการของบริษัท



Mr. Heng Swee Keat รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ให้เกียรติเข้าร่วมในงานเปิดตัวแคมเปญ กล่าวว่า เศรษฐกิจดิจิทัล ได้สร้างโอกาสใหม่ๆ สำหรับ SMEs ที่มีความสามารถคว้าโอกาสได้ แต่จำเป็นต้องมีความสามารถด้านดิจิทัลที่แข็งแกร่ง ซึ่ง “99%SME” มีข้อได้เปรียบสำคัญ คือ การจัดโซลูชันดิจิทัลและแพลตฟอร์มที่ได้ทดสอบแล้วเพื่อให้ SMEs สามารถใช้ได้ทันที ตัวอย่างเช่น DBS จัดให้มีแพ็คเกจการ

เงินชุดใหม่ ที่มีราคาพิเศษและยกเว้นค่าธรรมเนียม เพื่อช่วยให้ SMEs นำมาใช้กับระบบไร้เงินสด และอี-คอมเมิร์ซ นอกจากนี้ ธนาคารให้สิทธิประโยชน์แก่ลูกค้าธนาคาร 4 ล้านราย เมื่อซื้อสินค้าจาก SMEs ที่เข้าร่วมโครงการ

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

ในส่วนของ Singtel ได้เปิดตัว “adtiq” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันแบบ Cloud-Based ที่จะช่วย SMEs สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการโฆษณาได้ดียิ่งขึ้น โดยที่แอปพลิเคชันนี้ ได้รับการพัฒนาร่วมกับ Amobee ที่เป็นหน่วยงานด้านการตลาดดิจิทัลของ Singtel

นอกจากนี้ แคมเปญนี้ยังประสานร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นสูง 4 แห่ง (institute of higher learning, IHLs) ได้แก่ Nanyang Polytechnic, Singapore Polytechnic, Ngee Ann Polytechnic และ Temasek Polytechnic เพื่อให้คำแนะนำแก่ SMEs ในด้านต่างๆ เช่น อี-คอมเมิร์ซ การวิเคราะห์การค้าปลีกและการตลาดดิจิทัล ซึ่ง Mr. Heng กล่าวเสริมว่า การประสานงานดังกล่าว จะช่วยทำให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่ให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักเรียนเช่นกัน

ทั้งนี้ บริษัทหนึ่งที่ได้รับประโยชน์จากความร่วมมือนี้ คือ Thye Shan Medical Hall ซึ่งเป็น SMEs ที่



ทำธุรกิจมาเป็นระยะเวลาจนถึง 62 ปี ซึ่ง Ms. Chen Mei Yi ผู้จัดการทั่วไป กล่าวว่า ปัจจุบันจำเป็นต้องเข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ ผู้ซึ่งมีความสะดวกและนิยมใช้ออนไลน์ ส่วนที่หน้าร้านนั้น จะใช้สำหรับให้บริการลูกค้าเดิม อย่างไรก็ตาม อุปกรณ์ดิจิทัลสมัยใหม่จะช่วยให้บริษัทฯ เข้าถึงลูกค้าได้ในวงที่กว้างกว่า

การทำธุรกิจผ่านโปรแกรม “99%SME” ซึ่ง SMEs จะได้เชื่อมโยงกับศูนย์เครือข่ายลูกค้าและการจัดการของ Nanyang Polytechnic ซึ่งส่งผลให้เกิดการร่วมมือกันที่เริ่มต้นในเดือนเมษายน 2560 ทำให้นักเรียนดำเนินการวิเคราะห์รูปแบบดิจิทัลที่มีความสามารถในการแข่งขัน และในขณะนี้ กำลังพัฒนาเนื้อหาสำหรับการใช้งานบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กำหนดเป้าหมายไว้



นอกเหนือจาก IHLs แล้ว หน่วยงานที่เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการฯ ประกอบด้วยผู้ค้ากว่า 20 ราย จากภาครัฐและเอกชน รวมถึง Spring Singapore สมาคมการค้าและหอการค้า และบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ โดยตั้งความหวังว่า SMEs สามารถก้าวเกินหน้าระบบดิจิทัล เพื่อขยายขอบเขตสู่ภูมิภาคโดยผ่าน อี-คอมเมิร์ซ

บทวิเคราะห์และข้อคิดเห็นของ สคต.

ปัจจุบันโลกเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นยุคที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและเข้าใช้ระบบดิจิทัลมากขึ้น การสร้างระบบออนไลน์และ อี-คอมเมิร์ซ (E-Commerce) จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ร้านค้าหรือบริษัทต่างๆ สามารถทำกำไรเพิ่มขึ้น เป็นการลดค่าใช้จ่ายและขยายฐานลูกค้าได้อย่างสะดวก ทั้งยังช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ทำให้บริษัทต่างๆ หันมาสนใจการสร้างระบบออนไลน์และอี-คอมเมิร์ซ ในการทำการค้าเพิ่มขึ้น

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

อย่างไรก็ดี การค้าออนไลน์จะส่งผลให้ร้านค้าแบบดั้งเดิมที่ส่วนใหญ่เป็นการทำธุรกิจภายในครอบครัว ต้องค่อยๆ ปิดตัวลง เนื่องจากปัญหาในด้านบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีใหม่ๆ อีกทั้งอาจไม่มีเงินลงทุนเพียงพอที่จะหันมาปรับใช้เทคโนโลยี ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อผู้บริโภคสูงอายุ ที่คุ้นเคยกับการซื้อสินค้าจากร้าน และไม่มีความสามารถในการใช้ระบบออนไลน์

ในส่วนการค้าออนไลน์ของไทย ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น เพราะได้รับความนิยมจากผู้บริโภครุ่นใหม่ แต่จะเป็นเชิงลบต่อการส่งสินค้าเพื่อการค้าปลีก เนื่องจากผู้ค้าจะส่งสินค้าในปริมาณน้อย ถึงแม้ว่าจะส่งบ่อยครั้งก็ตาม ซึ่งจะเป็นวิธีการเดียวกันที่สิงคโปร์จะส่งซื้อสินค้าไทย เพราะผู้ค้าออนไลน์ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่มีหน้าร้านและไม่มีคลังสินค้า ทั้งนี้ หากบริษัทไทยสามารถเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ในสิงคโปร์ได้ อาทิ Redmart, Aladin Street.com.sg, Alibaba Singapore, Lazada Singapore จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สินค้าไทยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในสิงคโปร์ได้โดยตรง โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง



ที่มา: The Business Times

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center Singapore
370 Orchard Road.,
Singapore 238870

Phone: (+65) 6737 3060 / 6732 7769
Fax: (+65) 6732 2458
E-Mail: enquiry@thaitrade.sg