เปิดประตู สู่ตลาดใหม่

กรกฎาคม 2564

เคล็ด (ไม่) ลับ ... เจาะตลาด E-Commerce ใน สปป.ลาว

สปป.ลาว เป็นตลาด E-Commerce ที่ผู้ประกอบการไทยไม่ควรมองข้าม แม้มีประชากรเพียง 7 ล้านราย แต่มีช่องว่างให้ทำตลาดได้อีกมาก ทั้งจากแนวโน้มเศรษฐกิจที่ขยายตัวสูงเฉลี่ย 5.6% (ปี 2564-2568) รวมถึงปัจจัยสนับสนุนการค้าออนไลน์ โดยเฉพาะจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่โตเร็วสุดในกลุ่ม CLMV ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ยังมีวัฒนธรรมและภาษาที่ใกล้เคียงกับไทย ยิ่งไปกว่านั้น ล่าสุดเตรียมเปิดให้บริการรถไฟความเร็วสูง ซึ่งจะเป็นแรงกระตุ้นให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจคึกคักยิ่งขึ้น ปัจจัยเหล่านี้เอื้อให้ สปป.ลาว เป็นอีกหนึ่งตลาดที่น่าสนใจ สำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะเริ่มต้นรุกตลาด E-Commerce ในต่างประเทศ

4C ... Key Success Factors รุกตลาด E-Commerce ใน สปป.ลาว

Channel "วางขายให้ถูกแพลตฟอร์ม"

สปป.ลาว มีแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์หลายประเภท ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรเลือกแพลตฟอร์มให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสินค้าที่ต้องการจะขาย เช่น **Plaosme** (แพลตฟอร์มท้องถิ่นของรัฐ) สินค้าที่นิยมค้าขายเป็นกลุ่มสินค้าเกษตร **Shopping-D** เน้นขายอาหารสดและอาหารแปรรูป โดยมีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวต่างชาติที่ทำงานในนครหลวงเวียงจันทน์ นอกจากนี้ ยังมีแพลตฟอร์มสากล เช่น Shopee, Lazada ที่สามารถวางขายสินค้าได้หลากหลายประเภท รวมถึงช่องทาง Social Media ด้วย เช่น Facebook, Instagram

ตัวอย่างแพลตฟอร์มใน สปป.ลาว

ระดับท้องถิ่น	ระดับสากล
Plaosme	Shopee
Shopping-D	Lazada

ที่มา : Plaosme, Shopping-D และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Complete Solution "เลือกใช้บริการโลจิสติกส์ครบวงจร"

ผู้ซื้อชาวลาวส่วนใหญ่ต้องการได้รับสินค้าก่อนแล้วค่อยชำระเงิน (ผลสำรวจจาก UNCTAD ระบุว่าชาวลาว 96% นิยมชำระเงินปลายทาง) ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรเลือกใช้บริษัทโลจิสติกส์ที่เชี่ยวชาญในพื้นที่และให้บริการครบวงจร ทั้งการขนส่งสินค้าและเก็บเงินปลายทาง เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้ซื้อชาวลาว รวมถึงช่วยอุดช่องโหว่การขนส่งสินค้าให้ถึงมือผู้รับได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

ตัวอย่างบริษัทโลจิสติกส์

ตัวอย่างบริการสำคัญ	ขนส่งลุงทอมส์	Sabaidee Express	S&I Express	Saveway Express
เก็บเงินปลายทาง	✓	✓	✓	✓
คลังสินค้า	✓	✓		✓
โอนเงินข้ามประเทศ	✓	✓	✓	✓
ระบบติดตามสินค้า		✓	✓	✓

ที่มา : UNCTAD และสำนักงานผู้แทน ธสน. ในเวียงจันทน์ สปป.ลาว

Character & Culture "เข้าใจความต้องการของผู้ซื้อ"

ความเหมือนคือข้อได้เปรียบ : ชาวลาวมีภาษาและวัฒนธรรมใกล้เคียงกับไทย รวมถึงติดตามสื่อบันเทิงไทย จึงนิยมและคุ้นเคยสินค้าไทยเป็นอย่างดี สะท้อนจากแบรนด์ไทยหลายรายติดอันดับสินค้าขายดีใน สปป.ลาว ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของแบรนด์ไทยที่ไม่ต้องทำการตลาดมากนัก

เข้าใจวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้ซื้อท้องถิ่น : การเข้าใจพฤติกรรมชาวลาวในแต่ละพื้นที่จะช่วยให้ขายสินค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เช่น ชาวลาวในภาคเหนือนิยมรับประทานอาหารรสไม่จัด ขณะที่ชาวลาวในเวียงจันทน์และจำปาสักซึ่งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขงนิยมอาหารรสจัดคล้ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย

ตัวอย่างแบรนด์ไทยที่ได้รับความนิยมใน สปป.ลาว

- **สมุนไพรวังพรม : ขายดีอันดับ 1 ครองส่วนแบ่งตลาด 60%** (ปี 2562)
  (ยาหม่องสมุนไพรเสลดพังพอนและอื่นๆ)
- **บริษัท บราเดอร์ คอมเมอร์เชี่ยล** (ประเทศไทย) : **ยอดขายโต 30%** (ปี 2561)
  (เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน จักรเย็บผ้า และอื่นๆ)

วัฒนธรรมการรับประทานอาหารในแต่ละพื้นที่ของ สปป.ลาว

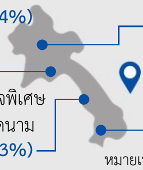
- **ภาคเหนือ เช่น หลวงพระบาง นิยมอาหารรสไม่จัด**
- **นครหลวงเวียงจันทน์ และแขวงจำปาสัก นิยมอาหารรสจัด**

ที่มา : MarketThink, Brother ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Concentration "โฟกัสเมืองหลักเจาะกลุ่มเป้าหมาย"

ประชากรของ สปป.ลาว ค่อนข้างกระจุกตัวอยู่เพียงไม่กี่เมือง เนื่องจากภูมิประเทศของ สปป.ลาว ส่วนใหญ่เป็นป่าและภูเขา ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยสามารถเลือกเจาะตลาดสำคัญของ สปป.ลาว ได้อย่างชัดเจน โดยแขวงที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและมีประชากรจำนวนมาก ได้แก่ เวียงจันทน์ หลวงพระบาง สะหวันนะเขต และจำปาสัก ซึ่งทั้ง 4 แขวงมีประชากรรวมกันมากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งประเทศ

แขวงสำคัญของ สปป.ลาว



- **นครหลวงเวียงจันทน์และเวียงจันทน์ :** เมืองหลวง ศูนย์กลางธุรกิจและการค้า
  ประชากร 1.4 ล้านราย (19.4%)
- **หลวงพระบาง :** เมืองท่องเที่ยว เมืองมรดกโลก มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมาก
  ประชากร 4.7 แสนราย (6.5%)
- **สะหวันนะเขต :** เขตเศรษฐกิจพิเศษ มีพรมแดนติดกับไทยและเวียดนาม
  ประชากร 1.1 ล้านราย (15.3%)
- **จำปาสัก :** เขตสามเหลี่ยมเศรษฐกิจสำคัญระหว่างไทย สปป.ลาว และกัมพูชา
  ประชากร 7.5 แสนราย (10.4%)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือสัดส่วนต่อประชากรทั้งประเทศ
ที่มา : City Population

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

Icon made by Freepik, Wikipedia, Plaosme, Shopping-D, Wikimedia Commons, ขนส่งลุงทอมส์, Sabaidee Express, S&I Express, Saveway Express, Eucalyp, xnimrodx, Smashicons, สมุนไพรวังพรม, Brand Buffet, Slidesgo, surang

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
EXPORT-IMPORT BANK OF THAILAND
EXIMBankofThailand www.exim.go.th
โทร. 0 2617 2111