

## การบูรณาการตลาดออนไลน์เข้ากับบริการ omnichannel marketing และ mobile wallet

บริษัท PUC Bhd (บริษัทมหาชนจำกัดซึ่งดำเนินการธุรกิจดิจิทัล จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ธุรกิจใหม่หรือ ACE Market ในมาเลเซียโดยมีรัฐบาลจีนเป็นผู้ถือหุ้น) ได้ลงทุนเป็นเงิน 40 ล้านริงกิตในบริษัท Celcom Planet Sdn Bhd ซึ่งบริหาร 11street อยู่ในขณะนี้ โดยเงินลงทุนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.34 ของหุ้นทั้งหมด โดยหวังว่าตลาดออนไลน์อย่าง 11street จะทำให้บริษัทฯ ให้บริการลูกค้าได้อย่างเบ็ดเสร็จในจุดเดียว ต่อยอดจากบริการที่มีอยู่แล้ว อาทิ การโฆษณาและวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท RedHot Media Sdn Bhd และบริการชำระเงินออนไลน์โดย Presto Pay Sdn Bhd ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ PUC Berhad ลูกค้า/ผู้ใช้บริการจะสามารถโฆษณาสินค้าและบริการผ่านการตลาดแบบหลายช่องทาง (Omnichannel Marketing) โดยมี PUC ช่วยดึงผู้ซื้อให้มาชมตลาดออนไลน์ ซึ่งผู้ซื้อยังสามารถชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในโทรศัพท์มือถือ (Mobile Wallet) หรือ Presto Wallet ที่เพิ่งเปิดตัวเมื่อวันจันทร์ที่ผ่านมา



ปัจจุบัน 11street มียอดผู้เข้าชมเว็บไซต์ 13.5 ล้านคน (ณ เดือนธันวาคม 2560) และมีผู้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ 6 ล้านครั้ง สินค้าที่นำเสนอผ่านเว็บมีจำนวนมากกว่า 13 ล้านชิ้น และมีผู้ค้าที่ลงทะเบียนแล้วมากกว่า 40,000 ราย

การพึ่งพาธุรกิจ E-commerce แต่เพียงอย่างเดียวทำให้ Celcom Planet Sdn Bhd ประสบกับภาวะขาดทุนสูงถึง 393 ล้านริงกิต และมีหนี้สินเป็นมูลค่า 104 ล้านริงกิต หลังจากที่ทำเป็นธุรกิจได้เพียง 3 ปี PUC Bhd จึงจะเข้ามาขยายบริการของ 11Street ไม่ให้จำกัดเฉพาะตลาดออนไลน์เท่านั้น และนำเสนอสินค้าบริการที่มุ่งเน้นไลฟ์สไตล์มากขึ้น (Lifestyle-oriented)

นอกจากนี้ PUC ยังได้กระจายธุรกิจ (diversify) ไปยังธุรกิจ Digital Imaging โดยเข้าซื้อกิจการของบริษัท Pictureworks Sdn Bhd ซึ่งทำกำไรรายไตรมาสให้แก่ PUC ได้ 1.73 ล้านริงกิต จากศูนย์บริการ Digital Imaging ในสวนสนุกและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ใน 15 ประเทศทั่วโลก อาทิ สิงคโปร์ ฮองกง และญี่ปุ่น

ที่มา: The Edge Markets, 1 ตุลาคม 2561

- นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ
  อื่นๆ

**ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของ สคต.**

- ตลาดการค้าออนไลน์ในมาเลเซียเป็นช่องทางการตลาดที่เติบโตเร็วแต่ก็มีการแข่งขันสูง โดยมีผู้เล่นที่สำคัญในตลาดหลายเว็บไซต์ด้วยกัน อาทิ Lazada.com.my, shopee.com.my, Lelong.com.my และ Qoo10.my โดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นตลาดภายในประเทศเป็นหลัก (สินค้า/บริการ ผู้ซื้อ และผู้ขาย ภายในประเทศ) ทั้งนี้ยังไม่รวมถึงการแข่งขันจากผู้เล่นที่เป็นบริษัทข้ามชาติที่สามารถให้บริการตลาดออนไลน์ข้ามพรมแดนอย่าง ebay, Alibaba และ Amazon
- การที่ PUC Berhad เข้าซื้อหุ้นของ 11Street แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของตลาดออนไลน์ที่เป็นได้มากกว่าเวทีที่จะเชื่อมโยงผู้ซื้อผู้ขาย “สินค้า” แต่ยังเป็นช่องทางการขาย “บริการอิเล็กทรอนิกส์” ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งเป็นคลังข้อมูลขนาดใหญ่หรือ big data ที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือผู้ซื้อในมาเลเซีย
- กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการเจาะตลาดมาเลเซียในปี 2562 โดยอาศัยช่องทางการค้าออนไลน์ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งอยู่ระหว่างหารือในรายละเอียดกับผู้ประกอบการตลาดออนไลน์ไทยและ Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) เกี่ยวกับความร่วมมือในการเชื่อมโยงการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน (cross border e-commerce) โดยภาครัฐจำเป็นต้องให้การสนับสนุนด้านการตลาดและประสานแก้ไขข้อจำกัดของการค้าข้ามพรมแดน อาทิ การขนส่งสินค้า การชำระเงิน วิธีการศุลกากร รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้า หากสามารถดำเนินการได้สำเร็จก็จะถือเป็นการเปิดช่องทางการค้าใหม่สำหรับตลาดการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนเพื่อรองรับสินค้าของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs

<b>International Sites</b> 	<b>Online Marketplace</b> 	<b>B2C / Specialty Store</b> 
<b>Ticketing / Travel</b> 	<b>Deal Sites</b> 	<b>Luxury Shopping</b> 
<b>Lifestyle Shopping</b> 	<b>Online Grocery</b> 	<b>Online Food Delivery</b> 
	<b>Penny Auction</b> 	<b>Online Classified</b> 

- นโยบายภาครัฐ   
  เศรษฐกิจการลงทุน   
  แนวโน้มการตลาด   
  รายงานสินค้าและบริการ   
  อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
 563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง  
 จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,  
 Royal Thai Embassy,  
 Kuala Lumpur, Malaysia

206 Jalan Ampang 50450 KL  
 T : +6032 2142 4601  
 e-Mail : enquiry@thaitrade.my