



ผู้ประกอบการเวียดนามกว่า 2.8 ล้านรายใช้บริการ TikTok Shop

1. เนื้อข่าว

ตัวแทนของแพลตฟอร์ม TikTok Vietnam กล่าวกับหนังสือพิมพ์ Tuoi Tre (Youth) ว่า ในเวียดนาม กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (Micro, Small and Medium-sized Enterprises หรือ MSME) มากกว่า 2.8 ล้านราย รวมถึงธุรกิจครัวเรือน (Household Businesses) มีการทำธุรกรรมซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ของจีน (ข้อมูลถึงเดือนพฤศจิกายน 2566)



นาย Nguyen Lam Thanh ตัวแทนของแพลตฟอร์ม TikTok Vietnam กล่าวในงานตามโครงการ “TETastic with TikTok - Improving sales” ว่า 5 หมวดสินค้ามีการค้นหาสูงสุดใน TikTok Shop ได้แก่ แฟชั่น บ้านและไลฟ์สไตล์ การดูแลสุขภาพ สุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) และความงาม แพลตฟอร์ม TikTok ได้เสนอโปรแกรมการฝึกอบรมและการสร้างเนื้อหาที่หลากหลายเพื่อเพิ่มทักษะให้กับผู้ขายออนไลน์ ในปี 2566 มีการเปิดตัวการฝึกอบรมและสัมมนาฟรีกว่า 140 ครั้งผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้านการขายของสมาชิกผู้เข้าร่วม การวางตำแหน่งแบรนด์ของตัวเอง และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้แพลตฟอร์มสำหรับ MSME 50,000 ราย

บริษัท TikTok Vietnam กำลังร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นและองค์กรต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อเร่งธุรกรรมพาณิชย์ดิจิทัล และเพิ่มยอดขายและการบริโภคผลผลิตทางการเกษตร บริษัทฯ ได้เปิดตัวกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม สนับสนุนอีคอมเมิร์ซ และประกันสวัสดิการ แสซแท็ก #HoChiMinhCity มียอดเข้าชม 1 พันล้านครั้งบนแพลตฟอร์ม TikTok ในเวลาากว่าหนึ่งเดือน ซึ่งช่วยแนะนำ นครโฮจิมินห์ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าหลงใหล ในขณะที่เดียวกัน แสซแท็ก #Chobenthanh (ตลาดเบนถัน) ซึ่งเป็นตลาดขายสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวชื่อดังในนครโฮจิมินห์ มีการโพสต์วิดีโอ 122 โพสต์ที่มีผู้เข้าชมมากกว่า 200 ล้านครั้ง

บริษัท TikTok Vietnam จะจัด Sharing Sessions เสวนา และสัมมนามากมาย เสวนาเกี่ยวกับแนวโน้มการบริโภคในช่วงวันตรุษเวียดนาม (Tet) ที่กำลังจะมาถึง และส่งเสริมการขายออนไลน์บนแพลตฟอร์มเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่น

ผู้เชี่ยวชาญของบริษัท TikTok กล่าวว่า วิดีโอสั้นที่แสดงผลดีเป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในสินค้า และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

การสำรวจในช่วงเทศกาลวันหยุดปี 2566 แสดงให้เห็นว่า ร้อยละ 69 ของผู้บริโภคเลือกดูวิดีโอสั้นเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ โดยร้อยละ 84 ตัดสินใจซื้อทันที

นาย Jason Song หัวหน้าฝ่ายการตลาดของแพลตฟอร์ม TikTok Shop สำหรับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกกล่าวว่า บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภูมิภาคโดยทั่วไปและโดยเฉพาะในเวียดนาม อย่างไรก็ตาม กลุ่มเหล่านี้ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากการขายออนไลน์และการตลาดดิจิทัลให้เกิดประโยชน์สูงสุด บริษัท TikTok จะช่วยให้วิสาหกิจเวียดนามเหล่านี้ปรับปรุงความสามารถในการแปลงเป็นดิจิทัล ผ่านโปรแกรมการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษาบนแพลตฟอร์ม TikTok

(แหล่งที่มา <https://tienphongnews.com/> ฉบับวันที่ 19 มกราคม 2567)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

TikTok เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียวิดีโอสั้นที่สร้างโดยบริษัท ByteDance ในปี 2560 เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565 แพลตฟอร์ม TikTok ได้เปิดตัว TikTok Shop อย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นโซลูชันอีคอมเมิร์ซครบวงจรสำหรับธุรกิจ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภายในเวลาไม่ถึงหนึ่งปีของการเปิดตัวในเวียดนาม TikTok Shop แข่งหน้าแพลตฟอร์ม Sendo และแพลตฟอร์ม Tiki ขึ้นสู่อันดับ 3 ในตลาดอีคอมเมิร์ซ และกลายเป็นคู่แข่งที่แข็งแกร่งของยักษ์ใหญ่อย่างแพลตฟอร์ม Shopee และแพลตฟอร์ม Lazada ภายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2566 TikTok Shop ครองตำแหน่งอันดับ 2 บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของเวียดนาม โดยมีรายได้ 16,300 พันล้านเวียดนามด่ง (ประมาณ 662.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และขายสินค้า 117 ล้านรายการ รองมาจากแพลตฟอร์ม Shopee เท่านั้น ปัจจุบัน หมวดสินค้าที่ขายดีที่สุดคือใน TikTok Shop ในเวียดนาม ได้แก่ แฟชั่น สุขภาพและการดูแลสุขภาพ อิเล็กทรอนิกส์ บ้านและไลฟ์สไตล์ และความงาม

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

ตลาดเวียดนามมีผู้ใช้แพลตฟอร์ม TikTok ถึง 49.9 ล้านคน การซื้อของบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซได้รับความนิยมมาก ปี 2565 เป็นปีที่ถือเป็นการก้าวสำคัญของ TikTok Shop Vietnam ผู้ขายมากกว่า 32,000 รายทำธุรกรรมที่ประสบความสำเร็จบนแพลตฟอร์มนี้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ TikTok Shop เท่ากับร้อยละ 80 ของแพลตฟอร์ม Lazada และ 4 เท่าของแพลตฟอร์ม Tiki การพัฒนา TikTok Shop ในเวียดนามคาดว่าจะดำเนินต่อไปอย่างเข้มข้นในอนาคต ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดและเข้าถึงลูกค้าเวียดนามได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใช้งานใหม่ที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและเทรนด์ใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว มีกำลังซื้อสูง และมีความสามารถในการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว