



## E-commerce: ช่องทางความสำเร็จทางธุรกิจในประเทศไทย

### 1. เนื้อข่าว

บริษัทวิจัยตลาด Statista รายงานว่า ตลาดอีคอมเมิร์ซเวียดนามถูกครอบครอง โดยแพลตฟอร์ม Shopee, TikTok Shop, Lazada และ Tiki โดยมี Shopee เป็นผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่งร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ TikTok Shop ร้อยละ 23.2, Lazada ร้อยละ 7.6 และ Tiki ร้อยละ 1.3



นาย Nguyen Thanh Son ผู้อำนวยการฝ่ายอีคอมเมิร์ซของเครือ WINCO Group กล่าวว่า ธุรกิจต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการขายผ่านหลายแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น ขณะที่หลายบริษัทยังคงพึ่งพาเพียงช่องทางเดียว ซึ่งอาจทำให้พลาดโอกาสในการขยายฐานลูกค้า ในยุคที่โซเชียลมีเดียเติบโตอย่างรวดเร็ว หากธุรกิจไม่ขายผ่านหลายแพลตฟอร์ม จะไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นาย Hoang Trung Dung ซีอีโอของบริษัท Hoang Thinh Solutions Trading and Services กล่าวว่า ทรัพยากรที่จำกัดเป็นอุปสรรคสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมักเผชิญกับปัญหาขาดแคลนแรงงาน ข้อจำกัดทางการเงิน และแรงกดดันในการลงทุนเทคโนโลยีใหม่เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กเสียเปรียบคู่แข่งรายใหญ่ อีกหนึ่งความท้าทายสำคัญได้แก่การซิงโครไนซ์ข้อมูลข้ามแพลตฟอร์ม (Synchronising data across platforms) หากไม่มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ความคลาดเคลื่อนในรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการขาย อาจสร้างความสับสนให้กับลูกค้าและส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ธุรกิจจึงไม่เพียงแต่พัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ แต่ยังต้องยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าและการให้บริการผ่านทุกช่องทางการขายอีกด้วย ทั้งนี้ มีผลการวิจัยของ Google ระบุว่า ร้อยละ 53 ของผู้บริโภคจะออกจากเว็บไซต์หากใช้เวลาโหลดเกิน 3 วินาที ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้บนทุกแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ บริษัทต่าง ๆ ยังใช้กลยุทธ์การขายผ่านหลายแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มรายได้ สร้างการรับรู้แบรนด์ เนื่องจากแต่ละแพลตฟอร์มมีลักษณะและข้อกำหนดที่แตกต่างกัน บริษัทจึงต้องปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทาง

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 24 – 28 กุมภาพันธ์ 2568

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลมีบทบาทสำคัญ เนื่องจากช่วยให้ธุรกิจเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มตลาดได้อย่างแม่นยำ รายงานของ McKinsey & Company ระบุว่า ธุรกิจที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มรายได้ได้ถึงร้อยละ 5-6 กลยุทธ์การตลาดและแคมเปญส่งเสริมการขายมีบทบาทสำคัญในการขยายฐานลูกค้า เช่น ในช่วงอีเวนต์ช้อปปิ้งสำคัญ Black Friday หรือ Cyber Monday จะช่วยดึงดูดลูกค้าด้วยส่วนลดพิเศษและโปรโมชั่นเฉพาะกลุ่ม

นาย Le Van Dung ซีอีโอบริษัท ABsoft JSC และผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจดิจิทัล เน้นย้ำว่าการขายออนไลน์ผ่านหลายแพลตฟอร์มไม่เพียงช่วยให้ธุรกิจสามารถขยายตลาดได้ แต่ยังช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาช่องทางเดียวมากเกินไป ธุรกิจที่ดำเนินการบนแพลตฟอร์มอย่างน้อยสามแพลตฟอร์ม มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และ Instagram ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งเสริมการสร้างชุมชนแบบโต้ตอบที่ผู้ใช้สามารถแบ่งปันประสบการณ์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นในตลาดเวียดนาม

(แหล่งที่มา <https://vietnamnews.vn/> ฉบับวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2568)

## 2. วิเคราะห์ผลกระทบ

การเติบโตของ E-Commerce ในเวียดนามได้รับแรงหนุนจากหลายปัจจัยที่สำคัญคือ (1) การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น ปัจจุบันกว่าร้อยละ 70 ของประชากรเวียดนามสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ทำให้แพลตฟอร์มออนไลน์กลายเป็นช่องทางหลักในการซื้อขายสินค้าและบริการ (2) แพลตฟอร์ม E-Commerce ขึ้นมา เช่น Shopee, Lazada, TikTok Shop และ Tiki มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมต่อธุรกิจกับผู้บริโภค โดย Shopee เป็นผู้นำตลาด ตามมาด้วย TikTok Shop ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว

การขายออนไลน์ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคในเวียดนามเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ผู้บริโภคคาดหวังความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า การชำระเงิน และการจัดส่ง รวมทั้งการขายผ่านหลาย ๆ แพลตฟอร์มยังช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น และสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าที่เป็นส่วนตัวได้มากขึ้นผ่านการวิจัยจากข้อมูลพฤติกรรมที่ซื้อที่มีการเก็บข้อมูลได้จากแพลตฟอร์มต่าง ๆ

## 3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

การขายสินค้าทางออนไลน์ในเวียดนามมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด หนึ่งในกลยุทธ์สำคัญคือการใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และ Instagram ในการสร้างแบรนด์และมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ทั้งนี้ กลยุทธ์ที่เหมาะสมและการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด ธุรกิจจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จากแนวโน้มนี้ด้วยการขยายธุรกิจสู่แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในเวียดนาม ได้แก่ Shopee และ TikTok Shop เพื่อสร้างแบรนด์และดึงดูดลูกค้า