



## วิธีการค้าออนไลน์ใน สปป.ลาว ... จุดเล็กๆ ที่แตกต่าง

เป็นที่ทราบกันดีว่ากระแสดิจิทัลเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่พลิกโฉมโลกการค้าในยุคปัจจุบันให้เข้าสู่รูปแบบออนไลน์มากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้การค้าของไทย โดยเฉพาะการค้าระหว่างประเทศและการค้าชายแดนเข้าสู่รูปแบบออนไลน์เช่นกัน เรื่องเล่าระหว่างทางฉบับนี้จึงขอหยิบยกประสบการณ์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับการค้าระหว่างไทย - สปป.ลาว (มูลค่าการค้าชายแดนอยู่ที่ราว 98% สูงสุดในบรรดาประเทศเพื่อนบ้านของไทย) ในยุคดิจิทัลมาถ่ายทอดให้แก่ท่านผู้อ่านทุกท่านได้ทราบกัน

เมื่อเร็วๆ นี้ตัวเลขจากรายงานของ We are Social บริษัทด้านสื่อโฆษณาชั้นนำของโลกระบุว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน สปป.ลาว ณ เดือนมกราคม 2560 มีจำนวนราว 1.8 ล้านคน เพิ่มขึ้นถึง 83% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่จำนวนผู้ใช้ Social Media เพิ่มขึ้นราว 84% โดยแอปพลิเคชันอย่าง Facebook มีผู้ใช้มากถึง 1.8 ล้านคน คิดเป็นจำนวนเทียบเท่ากับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน สปป.ลาว เลยทีเดียว สอดคล้องกับผลการสำรวจของ Alexa บริษัทสำรวจและจัดอันดับเว็บไซต์ของโลก ที่ระบุว่า Facebook เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมที่ชาวลาวเข้าชมมากเป็นอันดับต้นๆ รองจากเว็บไซต์ Youtube และ Google ทั้งนี้ความนิยมใช้ Facebook ในหมู่ผู้บริโภคชาวลาวส่งผลให้การค้าออนไลน์ของ สปป.ลาว แพร่หลายเป็นวงกว้างผ่านช่องทาง Facebook เช่นเดียวกับในไทย โดยจากการพูดคุยกับผู้ประกอบการชาวลาพบพบว่า ประเภทสินค้าที่เหล่าพ่อค้าแม่ค้าชาวลาวยินยอมจำหน่ายผ่าน Facebook ก่อนข้างคล้ายคลึงกับสินค้าที่นิยมจำหน่ายผ่าน Facebook ในไทย อาทิ เครื่องสำอาง และสินค้าแฟชั่นทั่วไป นอกจากนี้ กลุ่มแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าออนไลน์อื่นๆ ก็ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวลาวยเช่นกัน อาทิ [www.bylada.com](http://www.bylada.com) ซึ่งรองรับการค้าขายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เสริม [www.yula.la](http://www.yula.la) ที่เป็นแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้ามือสอง และ [www.souvanny.com](http://www.souvanny.com) ซึ่งเป็น Online Store ของ Souvanny Home Center จำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน



สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งในโลกการค้าออนไลน์ของ สปป.ลาว ที่อยากหยิบยกมาบอกเล่า คือช่องทางการชำระค่าสินค้าและวิธีการจัดส่งสินค้า โดยเฉพาะการสั่งซื้อสินค้านำเข้าซึ่งมีวิธีการและช่องทางค่อนข้างแตกต่างจากรูปแบบที่คุ้นเคยกัน โดยทั่วไปแล้วหากเราทำการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์จากต่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้า ผู้ขายสินค้าน่ามักจะกำหนดให้ผู้ซื้อชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต หรือ E-Wallet ประเภทต่างๆ หลังจากนั้นผู้ขายจะจัดส่งสินค้าผ่านบริษัทจัดส่งสินค้า หรือระบบไปรษณีย์ ขณะที่การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ

ของผู้บริโภคชาวลาว โดยเฉพาะการสั่งซื้อจากประเทศไทยมักนิยมชำระเงินผ่านตัวแทนรับโอนเงินระหว่างไทย-ลาว มากกว่าชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต หรือ E-Wallet ซึ่งความนิยมดังกล่าวสอดคล้องกับกระแสการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) ของธนาคารใน สปป.ลาว ที่เริ่มให้ความสนใจพัฒนาบริการดังกล่าวมากขึ้น โดยปัจจุบัน สปป.ลาว มี FinTech ที่เกี่ยวข้องกับการโอนเงินออนไลน์แล้ว อาทิ BCEL One แอปพลิเคชัน Mobile Banking ของธนาคารการค้าต่างประเทศลาว (BCEL) รวมทั้งการโอนเงินผ่านเครือข่ายโทรคมนาคมของ สปป.ลาว อย่าง UniTel ซึ่งอยู่ระหว่างพัฒนาระบบร่วมกับ BCEL



สำหรับวิธีการจัดส่งสินค้านั้น ระบบไปรษณีย์ของ สปป.ลาว มักให้ผู้รับพัสดุ/จดหมายเดินทางมารับด้วยตนเอง ณ ที่ทำการไปรษณีย์ประจำแขวง ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อระบบการค้าออนไลน์ของ สปป.ลาว ส่งผลให้การส่งสินค้าจากประเทศไทยไปให้ลูกค้าชาวลาวนิยมใช้ตัวแทนรับส่งสินค้าระหว่างไทย-ลาว โดยผู้ขายชาวไทยจะส่งสินค้าไปยังตัวแทนขนส่งสินค้าซึ่งมักอยู่บริเวณชายแดนไทย-ลาว หลังจากนั้นตัวแทนรับส่งสินค้าจะขนส่งสินค้าดังกล่าวข้ามไปยังจุดรับสินค้าที่ลูกค้าชาวลาวระบุไว้ ซึ่งระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งสินค้าของตัวแทนรับส่งสินค้าอยู่ที่ราว 3-7 วันทำการขึ้นอยู่กับระยะทางที่ต้องขนส่ง

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าแม้การค้าออนไลน์ใน สปป.ลาว ได้รับความนิยมมากขึ้นผ่านช่องทาง Social Media และแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าออนไลน์ต่างๆ แต่วิธีการชำระเงินส่วนใหญ่ยังไม่ได้อยู่ในรูปแบบออนไลน์อย่างแท้จริงเสียทีเดียว ขณะที่การจัดส่งสินค้าไปถึงมือลูกค้าโดยตรงยังมีข้อจำกัดหลายประการ ซึ่งประเด็นดังกล่าวเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของผู้ประกอบการไทยที่จะรุกธุรกิจออนไลน์ โดยประเภทสินค้าและช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ของ สปป.ลาว ที่คล้ายคลึงกับไทยจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยเข้าใจและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าชาวลาวได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันข้อจำกัดของระบบการจัดส่งสินค้าใน สปป.ลาว อาจเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยเข้าไปขยายธุรกิจโลจิสติกส์ใน สปป.ลาว อย่างไรก็ตาม ช่องทางการชำระค่าสินค้าของลูกค้าชาวลาวถือเป็นความท้าทายสำคัญที่ผู้ประกอบการไทยควรศึกษารายละเอียดให้ถี่ถ้วนก่อนรุกตลาดออนไลน์ใน สปป.ลาว เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต □

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด