Startup ของมาเลเซียนำดิจิตอลสู่ตลาดสด

ตลาดสดน่าจะเป็นสถานที่สุดท้ายที่คาดว่าจะเห็นการใช้เทคโนโลยีดิจิตอลอย่างเช่นแอปพลิเคชั่นและการจัดส่งออนไลน์ แต่ Tunku Danny Nasaifuddin Mudzaffar และ Tunku Nasruan Adil Mudzaffar หรือที่รู้จักในนาม Eddy คิดว่ายังมีโอกาสสำหรับแอปตลาดสดหรือ “ปาซาร์แอป” (Pasar App) ผู้พัฒนาแอปพลิเคชั่นเล็งเห็นถึงช่องว่างทางการตลาด เนื่องจากปัจจุบันมีให้บริการแอปพลิเคชั่นจัดส่งสินค้าสำหรับซุปเปอร์มาร์เก็ตแล้ว แต่ยังไม่มีใครให้บริการบรรดาลุงๆ ป้าๆ ในตลาดสด

แอปดังกล่าวสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคปัจจุบันคุ้นเคยกับการส่งสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นและไม่มีเวลาไปเดินตลาด ผู้พัฒนาแอปจึงเล็งเห็นโอกาสและแนวโน้มตลาดที่เติบโต นอกจากนี้ไฮเปอร์มาเก็ตก็ยังมีบริการนี้เช่นกัน Pasar App ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยบริษัท Munaq Holding Sdn Bhd แต่ไม่ได้เป็นแพลตฟอร์มแรกในการให้บริการตลาด แต่ผู้ริเริ่มแอปตลาดในมาเลเซียคือ Pasar Tap ซึ่งเปิดตัวในเดือนมกราคม 2016 และให้บริการจัดส่งสินค้าจากตลาดหลักสองแห่งรวมทั้งจากผู้ค้าส่งด้วย ความแตกต่างระหว่าง Pasar App และ Pasar Tap คือผู้ใช้ Pasar Tap จะไม่ทราบว่าสินค้าที่สั่งซื้อมาจากที่ใด ขณะที่ผู้ใช้ Pasar App สามารถเลือกหรือเจาะจงซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ระบุชื่อร้านค้าบนแพลตฟอร์ม จึงสามารถตอบโจทย์ที่มีผู้สูงอายุ เป็นผู้ซึ่งนิยมจ่ายตลาดกับร้านค้าที่รู้จักคุ้นเคย

กลุ่มเป้าหมายหลักของการบริการแอปตลาดสดคือ แม่บ้านที่ไม่มีเวลาเดินทางไปตลาด คนหนุ่มสาวหรือนักเรียนที่ต้องการของชำสดใหม่ๆ ในช่วงแรกบริษัทเริ่มให้บริการสมาชิกครอบคลุมพื้นที่ Klang Valley, Kampar, และ Perak ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่มีนักศึกษามากและมีการใช้แอปพลิเคชั่นกันมาก แต่ใน Kampar บริษัทไม่เพียงให้บริการจัดส่งของชำ แต่ยังส่งสินค้าอื่นๆ เช่น เครื่องใช้ในห้องน้ำและอาหารปรุงสำเร็จ

ปัจจุบัน Pasar App มีการดาวน์โหลดมากกว่า 10,000 ครั้ง มีผู้ใช้ที่ลงทะเบียนประมาณ 5,000 ราย และตั้งเป้าหมายสำหรับจำนวนดาวน์โหลด 100,000 ครั้งภายในสิ้นปีนี้ อย่างไรก็ดี ความท้าทายของบริษัทฯ คือการทำให้ผู้ใช้ที่ลงทะเบียนกลายเป็นลูกค้าประจำ ปัจจุบันผู้ใช้แอปเป็นประจำมีจำนวนเพียง 100 ราย บริษัทฯ ตระหนักว่าการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคต้องใช้เวลา เช่นเดียวกันกับการให้ความรู้แก่พ่อค้าแม่ค้าในการเข้าสู่ระบบการค้าออนไลน์

การชักชวนให้พ่อค้าแม่ค้าหันมาใช้ Pasar App ก็เป็นความท้าทาย ซึ่งบริษัทฯ ต้องหาวิธีการที่จะไม่ทำให้วิถีชีวิตของบรรดาพ่อค้าต้องปรับเปลี่ยนมากนัก ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคมีการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอป แอปก็จะแปลงคำสั่งซื้อเป็น SMS ไปยังร้านค้า เพื่อเข้าถึงพ่อค้าในช่องทางการสื่อสารที่แบบดั้งเดิม Pasar App จึงเป็นช่องทางออนไลน์ที่เข้าไปช่วยสนับสนุนธุรกิจของบรรดาพ่อค้าแม่ค้า ทำให้พ่อค้าแม่ค้าต้องการเข้ามาสู่ระบบการค้าดิติตอลมากขึ้น

☐ นโยบายภาครัฐ ☑ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ 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

ปัจจุบัน Pasar App มีแผนจะขยายฐานผู้ใช้ในเมืองปีนัง, เปรัค, เคดาห์ และกลันตันก่อนที่จะขยายสู่รัฐทางภาคใต้ในช่วงครึ่งหลังของปี และในปีหน้าก็จะหาช่องทางเจาะตลาดในซาบาห์และซาราวักต่อไป ทั้งนี้ แผนการขยายธุรกิจของ Pasar App ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการขยายพื้นที่เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการขยายบริการอื่นๆ ด้วย เช่น กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e – wallets) และการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อให้ผู้ใช้ได้รับการบริการที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ Pasar App ต้องการขยายบริการให้ครอบคลุมกลุ่มตลาด B2B ด้วย เช่น ร้านอาหาร และธุรกิจบริการอาหาร (catering) โดยบริษัทฯ เห็นว่ากลุ่มตลาดดังกล่าวค่อนข้างมีความยั่งยืนมากกว่า อย่างไรก็ดี บริษัทฯ จะต้องมีการลงทุนเรื่องโลจิสติกส์มากขึ้น หากปริมาณการสั่งซื้อมีจำนวนเพิ่มขึ้น และหากบริษัทฯ มีฐานที่มั่นคงในตลาดท้องถิ่นแล้ว ก็จะปูทางไปสู่การขยายธุรกิจในต่างประเทศได้ต่อไป ทั้งนี้ แนวโน้มร้านขายของชำออนไลน์เป็นตลาดที่กำลังเติบโต เห็นได้จากการที่ Amazon เข้าซื้อกิจการ Whole Foods

ที่มา: The Star, 19 มกราคม 2561

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สคต.

ด้วยวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปโดยมีการพึ่งพาเทคโนโลยีหรือระบบดิจิตอลมาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้นถือเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นทั่วโลกรวมทั้งในมาเลเซีย ประกอบกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานของมาเลเซียทั้งในภาคการผลิตและภาคบริการ อีกทั้งต้นทุนการจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น ก็ยิ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ภาคธุรกิจต่างๆ ต้องนำระบบ IT เข้ามาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจมากขึ้น เห็นได้จากสายการบินแอร์เอเชียที่เริ่มลดจำนวนพนักงานที่ให้บริการที่ท่าอากาศยานและใช้ระบบเช็คอินผู้โดยสารด้วยตนเองรวมทั้งการโหลดสัมภาระ นอกจากนี้ ยังได้เปิดตัวการใช้ระบบ automated boarding gate โดยจะระบุตัวผู้โดยสารโดยใช้ภาพ (FACES หรือ facial recognition technology) ส่วนแอปตลาดสดก็ถือเป็นอีกบริการที่เข้ามาตอบโจทย์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงนี้ ซึ่งถือเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของภาคธุรกิจที่จะต้องปรับตัว

นอกจากนี้ ข้อสังเกตที่น่าสนใจอีกประการของตลาดมาเลเซียคือ โอกาสของธุรกิจ startup ในมาเลเซีย มาเลเซียถือเป็นหนึ่งในผู้นำในอาเซียนที่มีตัวอย่างความสำเร็จของธุรกิจ startup ให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับภาคธุรกิจ (ecosystem) อาทิ กฎระเบียบที่เอื้ออำนวย ระดับพัฒนาการทางเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคม และศักยภาพของบุคลากรด้าน IT ด้านภาษาและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการสร้างเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้า นอกจากนี้ มาเลเซียยังมีเครื่องมือระดมทุนหรือ Venture Capital ที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยสนับสนุนกลุ่ม startup ให้สามารถเติบโตได้ การพัฒนาธุรกิจ startup ของไทยสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้จากประสบการณ์ของมาเลเซีย เพื่อขจัดความท้าทายด้านต่างๆ ในส่วนของไทย โดยเฉพาะการพัฒนาทักษะทางภาษาและการสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับการระดมทุนของ startup ในประเทศไทย เป็นต้น

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ 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