

Business Creation and Networking
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์
เดือน..... มีนาคม 2564.....
รายงานการเยี่ยมพบ..... บริษัท Lazada Singapore Pte. Ltd.....

1. ข้อมูลบุคคล/บริษัทที่เข้าพบ

ชื่อ..... Mr. Ryan Ho..... ตำแหน่ง..... Senior Category Manager.....
ที่อยู่..... 8, Shenton Way, Level 41, AXA Tower, Singapore 068811.....
โทรศัพท์..... +65 9489 4141.....
E-mail..... ryan.ho@lazada.sg..... Website..... www.lazada.sg.....

2. รายละเอียดบริษัท/องค์กร

2.1. ก่อตั้งเมื่อ ปี..... 2555.....

2.2. ประวัติความเป็นมา

Lazada Group ก่อตั้งขึ้นในปี 2555 เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีสาขาในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ไทย และสิงคโปร์ ซึ่ง Lazada Group เชื่อมโยงภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผ่านความสามารถด้านเทคโนโลยี การขนส่ง และระบบการชำระเงิน ในปี 2562 Lazada Group กลายเป็นผู้นำระดับภูมิภาคของกลุ่มอาลีบาบา และได้รับการสนับสนุนโดยโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ดีที่สุดของอาลีบาบา Lazada Group มีเป้าหมายคือ ภายในปี 2573 บริษัทฯ จะสามารถให้บริการลูกค้าได้มากถึง 300 ล้านคน ทั้งนี้แพลตฟอร์ม Lazada/Redmart สิงคโปร์ถือครองส่วนแบ่งตลาดในสินค้ากลุ่ม Grocery Online ใหญ่ที่สุดในสิงคโปร์

2.3. รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> โรงงานผู้ผลิต | <input type="checkbox"/> ผู้ส่งออก | <input type="checkbox"/> ผู้นำเข้า |
| <input type="checkbox"/> ผู้ขายส่ง | <input type="checkbox"/> ผู้ขายปลีก | <input type="checkbox"/> บริษัทตัวแทน |
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้าเฉพาะ | <input type="checkbox"/> องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร |
| <input type="checkbox"/> องค์กรระหว่างประเทศ | <input type="checkbox"/> องค์กรทางการค้า | <input checked="" type="checkbox"/> อื่นๆ E-Commerce Platform..... |

2.4. สินค้าและบริการของบริษัท

Lazada Marketplace จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยแบ่งเป็น 18 หมวดหมู่ เช่น กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม สินค้าแฟชั่น ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว สินค้าที่ใช้ในบ้านและที่อยู่อาศัย สินค้าแม่และเด็ก สินค้าและอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ รวมถึงสินค้าเครื่องใช้ภายในบ้านอื่นๆ

2.5. สินค้าและบริการที่นำเข้าและสนใจนำเข้าจากไทย

สินค้าอาหารไทย ทั้งอาหารสด อาหารแปรรูป รวมถึงผักและผลไม้สด

3. สรุปผลของการหารือ/เข้าพบ

เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2564 สคต. ณ กรุงสิงคโปร์ ได้พบหารือ กับ Mr. Ryan Ho ผู้บริหารและทีมงานจาก บริษัท Lazada Singapore Pte. Ltd เกี่ยวกับการดำเนินโครงการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไทยผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ในปีงบประมาณ 2564

Mr. Ryan ได้กล่าวขอบคุณ สคต. และกล่าวว่ายินดีที่ สคต. และ Lazada/Redmart มีความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสินค้าไทย ดังนี้

1. กิจกรรมส่งเสริมสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยบนแพลตฟอร์ม Lazada/Redmart สิงคโปร์ ภายใต้ชื่อกิจกรรม Thai Favourites For Your Home ระหว่างวันที่ 15 - 28 เมษายน 2563 โดยมีแบรนด์สินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยจำนวน 50 แบรนด์ และจำนวนสินค้า 200 รายการเข้าร่วมโครงการฯ สามารถสร้างยอดขายจำหน่ายสินค้าอาหาร เครื่องดื่มและผลไม้ไทย ขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่า 15.1% มีมูลค่าประมาณ 407,000 เหรียญสิงคโปร์ หรือประมาณ 10 ล้านบาท โดยสินค้าสดในกลุ่มผักและผลไม้ รวมทั้งอาหารขยายตัวมากที่สุด กลุ่มสินค้าผลไม้สดมีมูลค่าจำหน่าย 146,000 เหรียญสิงคโปร์ ขยายตัว +38.5% ในขณะที่กลุ่มสินค้าอาหาร โดยเฉพาะแบ่งสำหรับทำ เบเกอรี่ มีมูลค่าจำหน่าย 16,600 เหรียญสิงคโปร์ ขยายตัวถึง +110.4% กลุ่มสินค้าอาหารแช่แข็ง มีมูลค่าจำหน่าย 125,000 เหรียญสิงคโปร์ ขยายตัว +9% กลุ่มสินค้าขนมขบเคี้ยว มีมูลค่าจำหน่าย 17,000 เหรียญสิงคโปร์ ขยายตัว+ 27.8% และเครื่องดื่ม มีมูลค่าจำหน่าย 76,000 เหรียญสิงคโปร์ ขยายตัว+ 4.2% โดยสาเหตุหลักที่มูลค่าจำหน่ายเพิ่มขึ้นมาจากการที่คนสิงคโปร์ส่วนใหญ่ต้องอยู่ที่บ้านในช่วงที่สิงคโปร์ปิดเมือง ทำให้มีการทำอาหารและขนมรับประทานเองมากยิ่งขึ้น

2. โครงการส่งเสริมการขายสินค้าผลไม้ไทยในสิงคโปร์ ภายใต้ชื่อกิจกรรม Thai Fruits Golden Months ระหว่างวันที่ 1 - 28 กรกฎาคม 2563 ซึ่งได้ประชาสัมพันธ์และขายสินค้าผักผลไม้ไทย ทั้งรูปแบบ สด แห้ง และแปรรูป ซึ่งมียอดขายรวมกว่า 349,689 เหรียญสิงคโปร์

ในการนี้ ผอ. สคต. แจ้งว่าจากความสำเร็จของการดำเนินโครงการทั้งสองในปีที่ผ่านมา สคต. จึงสนใจที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับแพลตฟอร์ม Lazada/Redmart ในปีนี้ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคสิงคโปร์ โดย สคต. วางแผนว่าจะจัดกิจกรรม 2 ครั้ง คือในช่วงเดือนเมษายน และสิงหาคม เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์สินค้าไทยในตลาดสิงคโปร์ เพิ่มยอดขายสินค้า และเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยมายังตลาดสิงคโปร์ และยังเป็นโอกาสให้ผู้ค้าเข้าพิจารณานำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดของสิงคโปร์มากยิ่งขึ้น

ช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยในไทยมีโอกาสและช่องทางในการจำหน่ายสินค้าไทยในสิงคโปร์ และทำให้ภาพรวมในการจำหน่ายสินค้าไทยในสิงคโปร์ดีขึ้น โดยฝ่าย Lazada/Redmart แสดงความสนใจในการดำเนินโครงการดังกล่าวในปีนี้ ทั้งนี้ ทั้งสองฝ่ายตกลงจะประสานงาน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกันต่อไป

