

## ตลาดอีคอมเมิร์ซฟิลิปปินส์ จะเติบโตมีมูลค่าถึง 1.5 หมื่นล้าน USD ภายในปี 2568



นาย Yi Ping Liao นักวิจัยอาวุโสและผู้ช่วยผู้จัดการพอร์ตการลงทุนตลาดเกิดใหม่ของบริษัท Franklin Templeton เปิดเผยว่า จากรายงานผลการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของฟิลิปปินส์จะสามารถเติบโตเพิ่มขึ้นในปี 2568 โดยจะมีมูลค่ารวมสูงถึง 1.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ แม้ว่าอัตราการเจาะตลาดอีคอมเมิร์ซ (E-commerce penetration rate) ในฟิลิปปินส์จะอยู่ที่เพียงร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับอัตราการเจาะตลาดโดยเฉลี่ยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 6 โดยประเทศสิงคโปร์มีอัตราการเจาะตลาดสูงสุดที่ร้อยละ 14 รองลงมาคือ อินโดนีเซียอยู่ที่ร้อยละ 8 ทั้งนี้ ปัจจุบันตลาดอีคอมเมิร์ซของประเทศฟิลิปปินส์มีมูลค่ารวมประมาณ 4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปีที่ผ่านมา โดยกระแสอีคอมเมิร์ซได้เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์การค้าปลีกในประเทศฟิลิปปินส์ โดยทำให้ผู้ประกอบการค้าปลีกดั้งเดิมที่เป็นผู้ครองตลาดจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกที่มีหน้าร้าน ต้องสูญเสียส่วนแบ่งการตลาด นอกจากนี้ แบรินด์ข้ามชาติที่ใช้ประโยชน์จากช่องทางดิจิทัลจำหน่ายแบบดั้งเดิมดังกล่าว เพื่อรองรับการใช้ของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ ได้เห็นถึงการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากแบรนด์ท้องถิ่นขนาดเล็กที่หันมาใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจและความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ พบว่านอกเหนือจากแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ทั่วไป เช่น Lazada และ Shopee ยังพบช่องทาง Livestream และช่องทางโซเชียลมีเดียอื่นๆ ได้กลายเป็นเครื่องมือใหม่เพื่อเป็นช่องทางการขายในการเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น

นาย Yi Ping Liao ระบุเพิ่มเติมว่า เศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาคอาเซียนในประเทศต่างๆ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ ได้เสนอโอกาสอันยิ่งใหญ่และมีการหลั่งไหลของเงินทุนเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาคจำนวนมาก ก่อให้เกิดยูนิคอร์นทั้ง private และ public markets เนื่องจากภูมิภาค

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ

อาเซียนเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มี GDP โดยรวมคิดเป็นประมาณ 2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ และนอกเหนือจากอีคอมเมิร์ซที่มีการเติบโตอย่างมากในด้านเศรษฐกิจดิจิทัลแล้ว ยังพบการเติบโตอย่างโดดเด่นในด้านอื่นๆ ของเศรษฐกิจดิจิทัลโดยรวมของภูมิภาค ได้แก่ เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) และ เกม (Gaming) โดยในช่วงที่ผ่านมาประชากรที่มีฐานะทางการเงินไม่เพียงพอและพึ่งพาเงินสดต่างหลั่งไหลเข้ามาใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้บริษัท Fintech หลายแห่งมองเห็นโอกาสและได้เสนอ e-wallets เพื่อเป็นประตูสู่การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินในวงกว้าง โดยคาดว่ามูลค่าธุรกรรมรวมของการชำระเงินดิจิทัลในภูมิภาคนี้สามารถเพิ่มเป็นสองเท่า โดยจะมีมูลค่าประมาณ 1.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2568 จากมูลค่า 6.20 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2563 สำหรับในส่วนของ Gaming พบว่าเกมที่ประสบความสำเร็จจะมีผู้ชมจากทั่วโลก นอกจากนี้ ปัจจุบันเกมกำลังพัฒนาไปสู่ฟอร์มโซเซียลที่รวมฟังก์ชันการแชทและโหมดความบันเทิงเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ใช้และศักยภาพในการสร้างรายได้ โดยในปี 2563 ตลาดเกมในภูมิภาคอาเซียนมีมูลค่าประมาณ 5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และคาดว่าจะเติบโตเป็น 1.3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2568 ซึ่งจะได้รับปัจจัยสนับสนุนการเติบโตจากข้อจำกัดของการเดินทางจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ดึงดูดผู้ใช้นั้นมาเล่นเกมมากขึ้นและกลายเป็นงานอดิเรกท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ

**ที่มา:** หนังสือพิมพ์ Business World ฉบับวันที่ 26 สิงหาคม 2564

#### บทวิเคราะห์และข้อคิดเห็น

- ตลาดอีคอมเมิร์ซในภูมิภาคอาเซียน รวมถึงฟิลิปปินส์เติบโตอย่างก้าวกระโดด หลังจากได้รับแรงกระตุ้นในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน โดยการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซในฟิลิปปินส์ขยายตัวเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว ซึ่งเป็นผลพวงจากการบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์และมาตรการกักกันชุมชนที่เข้มงวดเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดฯ ทำให้ช่องทางค้าปลีกออฟไลน์อ่อนแอและหดตัวลงอย่างมาก รวมทั้งวิกฤตโควิด-19 ได้กลายเป็นตัวเร่งให้ประชาชนชาวฟิลิปปินส์ต้องหันมาใช้ช่องทางออนไลน์ในชีวิตประจำวันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งการติดต่อสื่อสาร การทำงานจากที่บ้าน รวมไปถึงการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้า ทำให้การใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นมาก และส่งผลให้ภาพรวมอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของฟิลิปปินส์มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน และหลังวิกฤตโควิด-19 เชื่อว่ากระแสความนิยมการใช้ช่องทางออนไลน์ในการจับจ่ายเลือกซื้อสินค้าจะยังคงอยู่และจะกลายเป็นพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ที่จะทำให้ตลาดอีคอมเมิร์ซสามารถเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อไป โดยเห็นได้จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นที่ระบุว่าภายในปี 2568 อุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของฟิลิปปินส์จะเติบโตมีมูลค่าอยู่ที่ 1.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ จากมูลค่าประมาณ 4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2563

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ

● ตลาดอีคอมเมิร์ซฟิลิปปินส์เป็นตลาดหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในภูมิภาคอาเซียนและกลายเป็นตลาดที่น่าสนใจและเพิ่มความน่าดึงดูดจากจำนวนผู้ใช้งานที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ในรายงานของ We are social and Hootsuite เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ระบุว่าคนฟิลิปปินส์ใช้เวลาไปกับการท่องอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 56 นาทีต่อวัน ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มาใช้บริการออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกสบายในการใช้งาน มีโปรโมชั่นมากมายและประหยัดเวลา อีกทั้งยังมีสินค้าหลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ ตลอดจนสามารถเปรียบเทียบข้อมูลสินค้าเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น จึงยิ่งทำให้ตลาดอีคอมเมิร์ซฟิลิปปินส์มีช่องทางและโอกาสในการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์อีกมาก และยังส่งผลให้มีจำนวนธุรกิจอีคอมเมิร์ซหน้าใหม่ทั้งในและต่างประเทศเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ในช่วงที่ผ่านมา ทั้งนี้ โดยทั่วไปตลาดอีคอมเมิร์ซฟิลิปปินส์จะเต็มไปด้วยร้านค้าท้องถิ่นจำนวนมาก แต่ร้านค้าอีคอมเมิร์ซที่ได้รับความนิยมติดอันดับต้นๆ ของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์จะเป็นแพลตฟอร์มข้ามชาติ โดยแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ได้รับความนิยม 3 อันดับสูงสุด ได้แก่ Lazada Shopee และ Zalora สำหรับในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่าสินค้าที่ได้รับความนิยมสั่งซื้อทางออนไลน์จากผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ในปี 2564 ได้แก่ เครื่องใช้ในบ้าน (Household appliance) ซึ่งเป็นหนึ่งในหมวดหมู่ที่ร้อนแรงที่สุดในตลาดอีคอมเมิร์ซฟิลิปปินส์ โดยคาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 1.59 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2564 และในปี 2565 จะมีมูลค่าเป็น 3.18 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ รองลงได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare) คาดว่าผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์จะใช้จ่ายมากกว่า 2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อปี โดยประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีการค้นหา เช่น ครีมทาผิว โลชั่น และอื่นๆ นอกจากนี้ ยังมีชุดออกกำลังกาย อุปกรณ์ออกกำลังกาย Home office และของเล่นเด็ก เป็นต้น

● จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ผู้คนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาให้บริการช่องทางออนไลน์มากขึ้น รวมถึงภาคธุรกิจก็ต้องปรับตัวก้าวสู่ตลาดอีคอมเมิร์ซเพื่อความอยู่รอด ดังนั้นผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ช่องทางออนไลน์ในการสร้างโอกาสขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศและยังช่วยรับมือกับวิกฤติโควิด-19 ซึ่งถือเป็นช่องทางการขายที่ดีที่สุดขณะนี้ ทั้งนี้ แม้ว่าในอนาคตสถานการณ์โควิด-19 จะยุติลง ธุรกิจขายของออนไลน์และตลาดอีคอมเมิร์ซจะยังเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้นและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจมาเป็นแนวคิดดิจิทัลมากขึ้น พัฒนาช่องทางออนไลน์และเพิ่มทักษะเทคนิคการขายออนไลน์เพื่อรองรับตลาดในขณะนี้และตลาดในอนาคตต่อไป

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

31 สิงหาคม 2564

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ