

กลยุทธ์เจาะตลาด...สู่การเป็นผู้นำในตลาด สปป.ลาว

โดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

สปป.ลาว เป็นตลาดบ้านใกล้เรือนเคียงที่น่าสนใจสำหรับผู้ส่งออกไทย ด้วยปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นอาณาเขตของประเทศที่ติดต่อกัน ซึ่งเอื้อต่อการขนส่งสินค้าผ่านเส้นทางต่างๆ นอกจากนี้ การที่เศรษฐกิจ สปป.ลาว ขยายตัวในระดับสูงเฉลี่ยราวร้อยละ 8 ต่อปีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ความต้องการสินค้าและบริการจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับคุณภาพสินค้าไทยเป็นที่ยอมรับ และชาวลาวสามารถเข้าใจภาษาไทยได้เป็นอย่างดี ปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวส่งผลให้สินค้าไทยเป็นสินค้าลำดับต้นๆ ที่สามารถครองใจผู้บริโภคชาวลาวได้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ขณะที่การค้าระหว่างสองประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกมากในอนาคตอันใกล้ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่สนใจบุกตลาด สปป.ลาว ควรศึกษาข้อมูลด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดรอบคอบ โดยนอกจากรายละเอียดด้านกฎระเบียบการค้า ภาษีศุลกากร หรือธรรมเนียมในการติดต่อธุรกิจแล้ว กลยุทธ์การเจาะตลาดถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะไขประตูสู่ความสำเร็จในการเป็นผู้นำในตลาด สปป.ลาว

เจาะตลาด สปป.ลาว...ส่งออกอะไรดี

ในขั้นแรกของการส่งออกไป สปป.ลาว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาคำตอบให้ได้ว่าสินค้าใดที่ตนมีศักยภาพในการผลิตหรือจัดหาสินค้า และเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งนี้ เมื่อมองในภาพรวมแล้ว สินค้าไทยที่น่าสนใจในการบุกตลาด สปป.ลาว แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

➤ **สินค้านวัตกรรมและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง** รัฐบาล สปป.ลาว มีโครงการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานหลายด้าน อาทิ ถนน ระบบไฟฟ้า และระบบชลประทาน เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวลาวให้ดีขึ้น สปป.ลาว จึงมีความต้องการสินค้าในหมวดเครื่องจักรกล และส่วนประกอบสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง อาทิ เหล็ก และปูนซีเมนต์ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ และเครื่องจักรกลการเกษตร เพื่อตอบสนองนโยบายพัฒนาประเทศ

➤ **สินค้าอุปโภคบริโภค** ปัจจุบัน สปป.ลาว ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคได้ไม่มากนัก เพราะยังขาดแคลนเทคโนโลยีที่จำเป็นและเงินลงทุนในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมแปรรูปต่างๆ อาทิ น้ำมันพืช น้ำตาล อาหารกึ่งสำเร็จรูป และเครื่องใช้ในครัวเรือน นอกจากนี้ การที่ สปป.ลาว มีประชากรเพียงราว 7 ล้านคน ส่งผลให้การตั้งโรงงานอุตสาหกรรมผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศอาจไม่คุ้มค่าต่อการลงทุนเท่าใดนัก ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคค่อนข้างมาก ได้แก่ ผงซักฟอก แชมพู สบู่ อาหารแปรรูป ขนมขบเคี้ยว และเครื่องดื่ม นอกจากนี้ เครื่องปรุงรสต่างๆ จากไทยไม่ว่าจะเป็นน้ำปลา กะปิ และน้ำตาล ก็ได้รับความนิยมในร้านอาหารและภัตตาคารใน สปป.ลาว เนื่องจากโดยทั่วไปอาหารลาวใช้วัตถุดิบที่คล้ายคลึงกับอาหารไทย ขณะที่ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยใน สปป.ลาว ก็ต้องการสินค้าเหล่านี้เช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการอาจเข้าไปสำรวจตลาด สปป.ลาว ก่อน เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชาวลา
วัฒนธรรม และทิศทางตลาด รวมทั้งดูว่ามีผู้ประกอบการรายอื่นนำสินค้าประเภทเดียวกันเข้าไปจำหน่ายแล้วหรือยัง
และสินค้าที่ผู้ประกอบการต้องการส่งออกจะสามารถแข่งขันได้หรือไม่ หรือหากเป็นไปได้ก็อาจสอบถาม
ผู้ประกอบการใน สปป.ลาว ว่านำเข้าสินค้านั้นๆ จากที่ไหน จัดซื้ออย่างไร ราคาเท่าไร และจัดส่งมาถึงร้านด้วยวิธีใด
เพื่อใช้ข้อมูลเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนวิธีการให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินงานของบริษัทของตนต่อไป

วางกลยุทธ์ดี...มีชัยไปกว่าครึ่ง

แม้ว่าสินค้าที่ส่งออกมีคุณภาพดีเพียงใด หากปราศจากการวางกลยุทธ์ที่ดี ก็อาจส่งผลให้สินค้านั้น
ไม่ประสบความสำเร็จในการเจาะตลาด สปป.ลาว ดังนั้น นอกจากประเภทของสินค้าที่จะส่งออกแล้ว
ผู้ประกอบการควรวางแผนกลยุทธ์เพื่อเจาะตลาดควบคู่กันไป ดังนี้

➤ **กลยุทธ์ด้านสินค้า** สินค้าไทยได้รับความนิยมค่อนข้างมากในตลาด สปป.ลาว เนื่องจากมี
คุณภาพดีและราคาไม่สูงเกินไป ประกอบกับรสนิยมของชาวลาวคล้ายคลึงกับคนไทย โดยชาวลาวกว่าร้อยละ 60
ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งเป็นประชากรวัยทำงานอายุเฉลี่ยระหว่าง 15-64 ปี อาจเคยทดลองใช้สินค้าไทย
ระหว่างเข้ามาทำงานหรือเยี่ยมญาติตามแนวชายแดนไทย-สปป.ลาว ส่งผลให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวมี
ความคุ้นเคยกับสินค้าไทยเป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด สปป.ลาว ควรพิมพ์ตราสินค้า
รายละเอียดที่ระบุส่วนประกอบสำคัญ รวมถึงวิธีการใช้สินค้าด้วยภาษาไทย หรือเสนอผลิตภัณฑ์ที่มี
ลักษณะเดียวกับสินค้าที่จำหน่ายในไทย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และทำให้สินค้าสามารถเข้าถึง
กลุ่มผู้บริโภคชาวลาวได้มากขึ้น ขณะที่ผู้ประกอบการที่มีสินค้าติดตลาดใน สปป.ลาว อยู่แล้ว ควรรักษา
ระดับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า และไม่ควรเปลี่ยนแปลงสูตรหรือบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากจะส่งผลให้
ชาวลาวเข้าใจผิดว่าเป็นสินค้าคนละชนิดกับที่เคยซื้อ นอกจากนี้ ชาวลาวมักซื้อสินค้าบ่อยครั้งในปริมาณ
ไม่มากนัก ดังนั้น สินค้าที่จะวางจำหน่ายใน สปป.ลาว ควรแบ่งบรรจุลงในกล่อง ห่อ หรือซองที่มีขนาดกะทัดรัด
ขณะที่การบรรจุหีบห่อควรทำอย่างรัดกุม เนื่องจากสภาพถนนส่วนใหญ่ใน สปป.ลาว ค่อนข้างขรุขระ
ซึ่งอาจทำให้บรรจุภัณฑ์และตัวสินค้าได้รับความเสียหายระหว่างการขนส่งได้

➤ **กลยุทธ์ด้านราคาและการส่งเสริมการขาย** แม้ว่าสินค้าไทยมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับ
สินค้าของคู่แข่งจากจีนและเวียดนาม อย่างไรก็ตาม การที่ชาวลาวมีรายได้เพิ่มขึ้น ประกอบกับคุณภาพของ
สินค้าไทยที่เป็นที่ยอมรับ ส่งผลให้สินค้าไทยยังได้รับความนิยมเป็นอย่างดี ทั้งนี้ ในการกระตุ้นยอดขายและเพิ่ม
ส่วนแบ่งการตลาด ผู้ประกอบการอาจเลือกตั้งราคาให้ค่อนข้างใกล้เคียงกับราคาสินค้าที่จำหน่ายใน
ไทยหรือชายแดนไทย ควบคู่กับการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย อาทิ การแจกตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้า
ทดลองใช้ การลดราคา และการสะสมยอดซื้อเพื่อแลกรับส่วนลดหรือของรางวัล นอกจากนี้
ผู้ประกอบการอาจพิจารณาให้ค่านายหน้าแก่ผู้นำเข้าของ สปป.ลาว เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเพิ่ม
ยอดจำหน่ายสินค้า

➤ **กลยุทธ์ด้านการโฆษณา** สื่อการตลาด อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บริเวณ
แยกถนนกลางเมืองสำคัญ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และไปสเตอร์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคชาวลาวได้เป็นอย่างดี
นอกจากนี้ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์และวิทยุของไทยก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากชาวลาว

สามารถรับชมรายการโทรทัศน์และฟังรายการวิทยุที่ออกอากาศจากไทยได้ อาทิ ชาวลาวในนครหลวงเวียงจันทน์รับวิทยุท้องถิ่นของจังหวัดอุดรธานีและหนองคาย ขณะที่ชาวลาวในแขวงจำปาสักรับวิทยุท้องถิ่นของจังหวัดอุบลราชธานี ดังนั้น การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์หรือวิทยุจึงมีส่วนช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้าได้มาก ทั้งนี้ ในการโฆษณาสินค้าควรเลือกนักแสดงชาวไทยหรือชาวเอเชีย เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกใกล้ชิดและเข้าถึงสินค้าได้ง่าย ขณะที่การออกงานแสดงสินค้าก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก ซึ่งผู้ประกอบการสามารถติดตามข่าวสารงานแสดงสินค้าได้จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของไทย

➤ **กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย** ร้านค้าปลีกเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าที่สำคัญ และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายใน สปป.ลาว โดยเฉพาะร้านค้าที่ตั้งมานานในย่านชุมชนซึ่งชาวลาวกู้เคยเป็นอย่างดี และมีสินค้าอุปโภคบริโภคหลายประเภทให้เลือก ทั้งนี้ นครหลวงเวียงจันทน์เป็นจุดกระจายสินค้าเพื่อส่งต่อไปยังแขวงต่างๆ ใน สปป.ลาว ขณะที่แขวงหลวงพระบางและแขวงจำปาสักเป็นจุดกระจายสินค้าของภาคเหนือและภาคใต้ของ สปป.ลาว ตามลำดับ ทั้งนี้ นอกจากร้านค้าปลีกหรือห้างสรรพสินค้าแล้ว ผู้ประกอบการยังสามารถเลือกจำหน่ายสินค้าผ่านการขายตรง หรืองานแสดงสินค้าได้เช่นเดียวกัน

สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการควรระมัดระวังในการทำธุรกิจส่งออก สปป.ลาว คือ การทำสัญญา โดยควรทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนและรัดกุม เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นจากการทำธุรกรรม และการไม่ปฏิบัติตามสัญญา โดยควรหลีกเลี่ยงการเขียนข้อความที่เปิดช่องว่างให้มีการเปลี่ยนแปลงสัญญาได้ในอนาคต นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต้องตกลงกับผู้นำเข้าชาวลาวให้ชัดเจนถึงวิธีการชำระค่าสินค้าที่เป็นที่ยอมรับได้ของทั้งสองฝ่าย โดยอาจพิจารณาเครื่องมือการชำระเงินทางการค้าระหว่างประเทศที่มีความเสี่ยงค่อนข้างต่ำ เช่น เลตเตอร์ออฟเครดิต (Documentary Letter of Credit : L/C) ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ส่งออกที่เพิ่งเริ่มทำธุรกิจกันเป็นครั้งแรก หรือยังไม่มั่นใจในความสามารถในการชำระเงินของผู้นำเข้าชาวลาว โดยธนาคารใน สปป.ลาว จะออกตราสารดังกล่าวตามคำสั่งของผู้นำเข้า เพื่อรับรองการชำระเงินตามจำนวน และระยะเวลาที่กำหนดไว้ในตราสารนั้น แล้วส่งให้แก่ผู้ส่งออก วิธีการดังกล่าวสามารถป้องกันความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของผู้นำเข้าชาวลาวได้ในระดับหนึ่ง

ทั้งนี้ การส่งออก สปป.ลาว ยังมีรายละเอียดปลีกย่อยอีกมาก นอกจากศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองแล้ว ผู้ส่งออกควรขอรับคำปรึกษาจากหน่วยงานไทยที่เชี่ยวชาญด้านการค้าควบคู่ไปด้วย อาทิ กระทรวงพาณิชย์ หรือธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกให้การค้ากับ สปป.ลาว เป็นไปอย่างราบรื่น

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด