



ข่าว

สินค้าแนะนำ

HWZ TV

ความคิดเห็นและบทความ

บล็อก

PwC เผยเทรนด์ 'ช้อปปิ้งออนไลน์' มาแรงทั่วโลก แนะค้าปลีกไทยปรับตัวรับกระแส

16 พ.ค. พ.ศ. 2557 / 18 ชั่วโมง 17 นาที ที่ผ่านมา / โดยPrawit

Achieving Total Retail

Consumer expectations driving
the next retail business model

กรุงเทพฯ, PwC เผยผลสำรวจพบกระแสช้อปปิ้งออนไลน์มาแรงทั่วโลก ซึ่งสังคมออนไลน์ตัวจุดพลุดันตลาดบม
ผู้บริโภค 59% ติดตามแบรนด์สินค้าผ่านสังคมออนไลน์ 43% ซื้อสินค้าผ่านสมาร์ทโฟน และ 41% ซื้อสินค้าผ่าน
แท็บเล็ต โดยจีนเป็นชาติที่นิยมช้อปปิ้งออนไลน์มากที่สุด พร้อมประเมินตลาดช้อปปิ้งออนไลน์ของไทยต่อเนื่อง
คาดปีนี้มีมูลค่าตลาดทะลุ 100,000 ล้านบาท แนะธุรกิจค้าปลีกไทยปรับตัวรับกระแส หันเจาะตลาดออนไลน์ เพื่อ
รักษาส่วนแบ่งการตลาด



นางสาว วิไลพร ตรีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานที่ปรึกษา บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) เปิดเผยถึงผลสำรวจ Achieving Total Retail: Consumer expectations driving the next retail business model ว่า PwC ได้สำรวจผู้บริโภคสินค้าออนไลน์มากกว่า 15,000 คนจาก 15 ประเทศ พบว่า นักช้อปปิ้งทั่วโลกมีแนวโน้มซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านมือถือและแท็บเล็ตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริโภค 41% ซื้อสินค้าผ่านแท็บเล็ต เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่ 28% และ 43% ซื้อสินค้าผ่านสมาร์ทโฟน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่ 30% โดยผู้บริโภคสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเกินครึ่งระบุว่า สาเหตุที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น เนื่องจากได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าการซื้อสินค้าภายในร้านค้า

เหตุผลข้างต้นสอดคล้องกับ วิธีการที่แบรนด์สินค้าใช้ดึงดูดลูกค้าให้ติดตามสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ คือ การส่งโปรโมชั่นสินค้าผ่านทางอีเมลและข้อความให้แก่ผู้บริโภคโดยผลสำรวจระบุว่า 21% ของผู้ที่เข้าร่วมเป็นแฟนเพจแบรนด์สินค้าผ่านสังคมออนไลน์ เพราะได้รับโปรโมชั่นผ่านทางอีเมลหรือข้อความ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่ 9% "การซื้อสินค้าออนไลน์กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคไปแล้ว เพราะปัจจุบันการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตนั้นง่าย สะดวก ทำได้ทุกที่ทุกเวลา จึงไม่น่าแปลกใจที่จำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว"

นางสาว วิไลพร กล่าว

ผลสำรวจยังระบุว่า ในยุคที่สื่อออนไลน์ (Social media) เข้ามามีบทบาทในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากขึ้น มีผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเกือบครึ่ง หรือ 48% ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ และเกือบ 60% ที่ติดตามแบรนด์สินค้าหรือร้านค้าปลีกที่ตนชื่นชอบผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารออนไลน์แบบสองทาง(Two-way social media engagement) โดยต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ ผู้ค้าปลีกยังสามารถใช้สังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์สินค้า (Brand Loyalty) ได้อีกทางหนึ่งด้วย ข้อมูลข้างต้นเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าของผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ที่พบว่า ผู้บริโภคสินค้าออนไลน์มีความจงรักภักดีกับแบรนด์สินค้าเพิ่มขึ้น โดย 15% ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุว่าเลือกที่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกที่ตนชื่นชอบเพียงร้านเดียว โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนเพียง 8%

"แนวโน้มการเลือกซื้อสินค้ากับแบรนด์เพียงไม่กี่ราย ยังสะท้อนให้เห็นว่าในอนาคตผู้ค้าปลีกจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มและ Brand Loyalty รวมถึงสร้างจุดเด่นให้กับแบรนด์ เพื่อดึงดูดใจกลุ่มลูกค้าออนไลน์ให้" นางสาว วิไลพร กล่าว

นางสาววิไลพร กล่าวต่อว่า สิ่งที่สำคัญ นอกจากนั้นคือการทำตลาดสินค้าออนไลน์ ร้านค้าปลีกทั่วโลกจะต้องพัฒนารูปแบบธุรกิจ กลยุทธ์ และโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เพื่อดตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หันมาซื้อสินค้าผ่านทางแท็บเล็ตและมือถือมากขึ้น รวมทั้งต้องลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อรองรับการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดสินค้าออนไลน์ด้วย

ความคาดหวัง 8 ประการของนักช้อปปิ้งออนไลน์

ผลสำรวจยังเสนอแนะสิ่งที่ผู้ค้าปลีกต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคออนไลน์ ได้แก่

1. ต้องนำเสนอ หรือ ถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจของแบรนด์สินค้า และสร้างความประทับใจผ่านการสร้างประสบการณ์อันดีในการช้อปปิ้ง (Customer experience) ให้กับลูกค้า
2. ความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
3. พัฒนาระบบปฏิบัติการที่สามารถใช้งานกับอุปกรณ์สื่อสารได้หลากหลายประเภท
4. ความสามารถในการเลือกสินค้าในสต็อกออนไลน์แบบเรียลไทม์ การติดตั้งสัญญาณไวไฟภายในร้านค้า
5. การสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านช่องทางที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นโซเชียลมีเดีย อีเมลล์ โทรศัพท์ และการซื้อสินค้าที่หน้าร้าน
6. พัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของร้านค้าบนมือถือ
7. การโต้ตอบกับลูกค้าผ่านสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ
8. ต้องแข่งขันกับผู้ผลิตสินค้าโดยตรง เนื่องจากผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์จากผู้ผลิตสินค้าโดยไม่ผ่านร้านค้าปลีกมีจำนวนมากขึ้น

สำหรับประเทศที่เป็นผู้นำของโลกในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ จีน อินเดีย และ ประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง โดยผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์ในจีนส่วนใหญ่หรือ 51% ซื้อสินค้าผ่านสมาร์ทโฟนอย่างน้อยเดือนละครั้ง และ 49% ซื้อผ่านแท็บเล็ต นอกจากนี้ อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรจีนยังปรับตัวเพิ่มขึ้นถึง 44% และมีจำนวนผู้ใช้ออนไลน์ทั้งสิ้นกว่า 590 ล้านคน (ข้อมูล ณ มิถุนายน 2555) ซึ่งมากกว่าจำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกาทั้งประเทศ

ตลาดช้อปปิ้งออนไลน์ไทยโตต่อเนื่อง

นางสาววิไลพร กล่าวถึง แนวโน้มตลาดซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทยว่ามีสัญญาณการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะในปี 2557 มูลค่าตลาดน่าจะมากกว่า 100,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ที่มีมูลค่าการตลาดประมาณ 90,000 ล้านบาท เนื่องจากการขยายตัวของการใช้โทรศัพท์มือถือ อีกทั้งปัจจุบันผู้บริโภคเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย ทั้งผ่านสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ จึงเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านอุปกรณ์สื่อสาร อีกทั้งราคาถูกกว่าสินค้าในร้าน โดยส่วนใหญ่จะมีส่วนลดจากราคาปกติประมาณ 5-10% ยิ่งดึงดูดความสนใจของนักช้อปปิ้งชาวไทย นอกจากนี้สังคมออนไลน์ยังเป็นสื่อที่ผู้บริโภคชาวไทยใช้ติดตามแบรนด์ และ รีวิวสินค้า

ทั้งนี้ สินค้าออนไลน์ที่คนไทยนิยมสั่งซื้อมากที่สุด คือ สินค้าแฟชั่นและสินค้าที่เกี่ยวกับความสวยความงาม เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องสำอาง เป็นต้น นี่จึงเป็นโจทย์สำคัญที่ผู้ค้าปลีกเมืองไทยต้องปรับตัวเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ปัจจุบันระบบการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินผ่านทางออนไลน์นั้น ง่าย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยและคุณภาพสินค้าดีไม่แพ้การซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านจึงไม่แปลกใจที่มูลค่าตลาดซื้อสินค้าออนไลน์จะเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจค้าปลีกไทยจำเป็นต้องหันมาทำตลาดสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น เพราะนี่จะเป็นอีกช่องทางการค้าที่สำคัญ ที่สามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อรักษาหรือชิงส่วนแบ่งการตลาดของตนได้"

นางสาววิไลพร กล่าวทิ้งท้าย

เกี่ยวกับ PwC

PwC (ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส) หนึ่งในเครือข่ายบริษัทผู้ให้บริการด้านตรวจสอบบัญชี บริการให้คำปรึกษาด้านภาษี และบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจรายใหญ่ของโลก มีเครือข่ายไปใน 157 ประเทศทั่วโลก และมีพนักงานมากกว่า 184,000 คน สำหรับประเทศไทย บริษัทถูกก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2502 โดยมีบทบาทในการช่วยเหลือและให้คำปรึกษาแก่ธุรกิจไทยมานานกว่า 50 ปี PwC ผสมผสานประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถในการทำงานกับลูกค้าข้ามชาติ ผสมกับความเข้าใจตลาดภายในประเทศเป็นอย่างดี สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้ชื่อเสียงของ PwC เป็นที่ยอมรับและได้รับความไว้วางใจจากภาคธุรกิจต่างๆ โดยปัจจุบัน มีพนักงานกว่า 1,300 คนในประเทศไทย