

วันที่: 16 มิถุนายน 2557

แหล่งที่มา: วารสาร การเงินธนาคาร

ดัชนีเศรษฐกิจ: จีนแชมป์นักช้อปออนไลน์ คาดมูลค่าตลาดทะลุ 1 แสนล้านบาท

นางสาววิไลพร ทวีลาภพันทอง 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 นักช้อปทั่วโลกมีแนวโน้มซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านมือถือและแท็บเล็ตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริโภค 41% ซื้อสินค้าผ่านแท็บเล็ต เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่ 28% และ 43% ซื้อสินค้าผ่านสมาร์ทโฟน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่ 30% โดยผู้บริโภคสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเกินครึ่งระบุว่า สาเหตุที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น เนื่องจากได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าการซื้อสินค้าภายในร้านค้า สำหรับประเทศที่เป็นผู้นำของโลกในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน อินเดีย และประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง โดยผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ในจีนส่วนใหญ่หรือ 51% ซื้อสินค้าผ่านสมาร์ทโฟนอย่างน้อยเดือนละครั้ง และ 49% ซื้อผ่านแท็บเล็ต นอกจากนี้ อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรจีนยังปรับตัวเพิ่มขึ้นถึง 44% และมีจำนวนผู้ช้อปออนไลน์ทั้งสิ้นกว่า 590 ล้านคน (ข้อมูล ณ มิถุนายน 2555) ซึ่งมากกว่าจำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกาทั้งประเทศ

ส่วนแนวโน้มตลาดซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทยว่ามีสัญญาณการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าในปี 2557 มูลค่าตลาดน่าจะมากกว่า 100,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ที่มีมูลค่าการค้าประมาณ 90,000 ล้านบาท เนื่องจากการขยายตัวของการใช้โทรศัพท์มือถือ อีกทั้งปัจจุบันผู้บริโภคเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย ทั้งผ่านสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ จึงเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านอุปกรณ์สื่อสาร และมีราคาถูกกว่าสินค้าในร้าน โดยส่วนใหญ่จะมีส่วนลดจากราคาปกติประมาณ 5-10%

สินค้าออนไลน์ที่คนไทยนิยมสั่งซื้อมากที่สุด คือ สินค้าแฟชั่นและสินค้าที่เกี่ยวกับความสวยความงาม เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องสำอาง เป็นต้น

8 ความคาดหวังนักช้อปออนไลน์

ผลสำรวจยังเสนอแนะสิ่งที่ผู้ค้าปลีกต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคออนไลน์ ได้แก่

1. ต้องนำเสนอ หรือ ถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจของแบรนด์สินค้า และสร้างความประทับใจผ่านการสร้างประสบการณ์อันดีในการช้อปปิ้ง (Customer Experience) ให้กับลูกค้า
2. ความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
3. พัฒนาระบบปฏิบัติการที่สามารถใช้งานกับอุปกรณ์สื่อสารได้หลากหลายประเภท
4. ความสามารถในการเลือกสินค้าในสต็อกออนไลน์แบบเรียลไทม์ การติดตั้งสัญญาณไวไฟภายในร้านค้า

5. การสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านช่องทางที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นโซเชียลมีเดีย อีเมล โทรศัพท์ และการซื้อสินค้าที่หน้าร้าน
6. พัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของร้านค้าบนมือถือ
7. การโต้ตอบกับลูกค้าผ่านสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ
8. ต้องแข่งขันกับผู้ผลิตสินค้าโดยตรง เนื่องจากผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์จากผู้ผลิตสินค้าโดยไม่ผ่านร้านค้าปลีกมี

จำนวนมากขึ้น

ปี 2556	เพิ่มขึ้น
41% ซื้อสินค้าผ่านแท็บเล็ต	28%
43% ซื้อสินค้าผ่านสมาร์ตโฟน	30%

3 อันดับประเทศซื้อออนไลน์ ผ่านสมาร์ตโฟน

1. จีน
2. อินเดีย
3. ประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง