

การค้าปลีกรูปแบบใหม่ “Clicks + Bricks”

เรีวนี้ อลิบาบา ได้เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ “Intime Retail” โดยได้ซื้อหุ้นมูลค่า 2.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ (ถือหุ้นร้อยละ 74) ห้างสรรพสินค้า Intime Retail มีสาขาทั่ว 30 แห่งในจีน



มีสำนักงานใหญ่ที่ปักกิ่ง การที่ อลิบาบา เข้าไปถือหุ้นห้างสรรพสินค้า Intime Retail เพื่อสร้างประสบการณ์ การซื้อขายตามแนวคิด Online2Offline (O2O)

Jack Ma ประธานบริหาร อลิบาบา กรุ๊ป ได้กล่าวถึง แนวคิด “O2O” ว่า การค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์เพียงอย่างเดียวจะล้าสมัย โดยในอนาคตการค้ารูปแบบใหม่จะเชื่อมต่อ

ระหว่าง “ร้านค้าที่มีหน้าร้านจริง (Brick-and-Mortar Retail)” กับ “ร้านค้าออนไลน์” และ “โลจิสติกส์”

อลิบาบา ได้เข้าสู่ธุรกิจออนไลน์เมื่อเดือนเมษายน 2014 และได้ซื้อหุ้นครั้งแรกจาก Intime Retail มูลค่า 692 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อมาเดือนสิงหาคม 2015 ได้ซื้อหุ้น Suning.com ซึ่งจำหน่ายเครื่องใช้ในครัวเรือน มีสาขาร้านค้ากว่า 1,600 ร้าน กระจายใน 298 เมืองในจีน

นอกจากนี้ อลิบาบา ได้เข้าสู่ตลาดออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2016 ได้ซื้อลงทุนใน Sanjiang Retail มูลค่า 310.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ถือหุ้นร้อยละ 32) โดย Sanjiang เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ในมณฑลเจ้อเจียง

โครงสร้างการค้าปลีกเปลี่ยนไป

หลายปีที่ผ่านมา มีปรากฏการณ์ที่ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าออฟไลน์ ได้ปิดตัวลง เช่น ห้างสรรพสินค้า Yokada ซึ่งเป็นการลงทุนร่วมกับระหว่างจีนกับต่างชาติ ได้เปิดให้บริการปี 1997 ต่อมาได้ปิดสาขา 7 สาขา (จากทั้งหมด 10 สาขา) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ห้าง Marks and Spencer ได้ปิดตัวลงในปี 2016 หลังจากเปิดดำเนินการในจีนกว่า 8 ปี นอกจากนี้ บริษัท Belle International Holdings จำกัด มีชื่อเสียงในการผลิตรองเท้า ได้ปิดสาขาข่อย 276 ร้าน ในปี 2016 เหตุผลหนึ่งที่ทำให้ร้านค้าออฟไลน์ปิดตัวลง คือ ต้นทุนค่าเช่าสถานที่ ค่าแรงงานที่สูงขึ้น รวมถึงไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้เพราะสถานที่และสินค้าคล้ายคลึงกันกับร้านอื่นๆ

ข้อมูลจาก Syntun (ผู้ให้บริการข้อมูลอีคอมเมิร์ซ ณ มหานครปักกิ่ง) ระบุว่า การค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์กำลังมีส่วนแบ่งการตลาดในตลาดค้าปลีก ปี 2016 ยอดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วงเทศกาล วันคนโสด (วันที่ 11 เดือน 11) มีมูลค่าสูงถึง 177.04 พันล้านหยวน (25.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ) เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนร้อยละ 44

สำนักงานสถิติแห่งชาติจีน (The National Bureau of Statistics: NBS) เปิดเผยว่ามูลค่าการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มีมูลค่า 541.44 ล้านเหรียญสหรัฐ ในช่วงเดือน 11 เดือนแรกของปี 2016 เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 25.7

แม้ว่าการค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ยังเป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับช่องทางค้าปลีกแบบดั้งเดิม สำนักงานสถิติแห่งชาติจีนเปิดเผยว่า มูลค่าการค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 12.5 ของมูลค่าการขายปลีกทั้งหมด

การผานช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2016 รัฐบาลจีน ได้หยิบยกประเด็น แนวทางการปรับปรุงร้านค้าออฟไลน์ด้วยนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง ว่า ร้านค้าแบบออฟไลน์จะถูกกระตุ้นให้ตระหนักถึงการใช้เทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจเมื่อเร็ว ๆ นี้ ร้านค้าออฟไลน์หลายร้านได้เปิดร้านค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสในการจำหน่ายสินค้า เช่น เมื่อเดือนตุลาคม 2016 Walmart ได้เปิดร้านค้าออนไลน์ใน JD.com รวมถึงถือหุ้นร้อยละ 10.8 อีกด้วย

ข้อมูลจากสำรวจของ KPMG ระบุว่า ผู้บริโภคในจีนได้รับอิทธิพลทั้งจากปัจจัยออนไลน์และออฟไลน์ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า โดยผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเพราะเห็นข้อมูลจากผ่านช่องทางออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 42.6 และ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าโดยชมสินค้าที่หน้าร้านคิดเป็นร้อยละ 31.1 จะไปชมสินค้าที่หน้าร้าน ดังนั้น ช่องทางออนไลน์และออฟไลน์เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพที่สร้างความตระหนักและสร้างความต้องการซื้อให้แก่ผู้บริโภค



ความคิดเห็นของ สกต. ณ เมืองเซี่ยเหมิน

เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการอาจใช้เทคนิคการตลาดแบบหลายช่องทาง(Omni Channel Marketing) เช่น กรณีของร้านค้าออนไลน์อาจพิจารณาสร้างหน้าร้านจริงด้วยเพื่อสร้างประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ หรือร้านค้าที่มีหน้าร้านอยู่แล้วอาจพิจารณาสร้างร้านค้าออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ

อนึ่ง คำถามที่ว่า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมี “ร้านค้าแบบออนไลน์และร้านค้าออฟไลน์ หรือ **Clicks + Bricks**” หรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับหลายประการ เช่น ลักษณะทางกายภาพของสินค้า ศักยภาพของผู้ประกอบการ พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นต้น

ที่มา: <http://www.bjreview.com/>

ประมวลโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

กุมภาพันธ์ 2560