

ร้านค้าชั่วคราว รูปแบบธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยมในอิตาลี

จากสถิติของสมาคมร้านค้าชั่วคราวของอิตาลี (Assotemporary) ซึ่งอยู่ภายใต้สมาพันธ์การค้าของอิตาลี (Confcommercio) แสดงให้เห็นว่า ในปี ๒๕๕๙ ผลประกอบการของร้านค้าชั่วคราว หรือ Temporary Store ในอิตาลี เป็นมูลค่าทั้งสิ้น ๘๓.๕ ล้านยูโร (ซึ่งรวมถึงราคาค่าสถานที่และค่าบริการอื่นๆ อย่างการจัดงานอีเวนท์ที่ร้าน) เพิ่มขึ้น ๗% หากเทียบกับปี ๒๕๕๘ โดยรูปแบบร้านดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสินค้าแฟชั่น และส่วนใหญ่แล้ว จะตั้งอยู่ที่เมืองมิลาน ซึ่งเป็นศูนย์กลางด้านแฟชั่น โดย ณ ขณะนี้ มีจำนวนทั้งหมด ๑๑๕ ร้าน หรือเท่ากับ ๗๕% ของร้านค้าชั่วคราวทั้งหมดในอิตาลี ขณะที่ ในส่วนอื่นๆ ของประเทศ การจัดตั้งร้านค้าชั่วคราวยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก



ตัวอย่างร้านค้าชั่วคราวในเมืองมิลาน



ตัวอย่าง Moving Store

ข้อมูลจาก Assotemporary ยังแสดงให้เห็นว่า กลุ่มธุรกิจศูนย์การค้าต่างๆ ยังหันมาให้ความสนใจในการลงทุนในรูปแบบร้านค้าชั่วคราวมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากส่วนแบ่งของกลุ่มธุรกิจฯ ที่เพิ่มขึ้น ๒๐% ตัวอย่างเช่น กลุ่ม Auchan และ Cbre ที่อยู่ในช่วงพัฒนาโครงการ

ไม่เพียงแต่ตลาดแฟชั่นเท่านั้น รูปแบบร้านค้าชั่วคราวยังอยู่ในช่วงเติบโตขึ้นสำหรับสินค้าประเภทอื่นๆ ที่หันมาให้ความสนใจในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านทางธุรกิจดังกล่าว อาทิ ภาคอาหาร อัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงสินค้ารถยนต์ นอกจากนี้ รูปแบบร้านค้าที่กำลังอยู่ในกระแสยังได้แก่ moving store หรือร้านค้าชั่วคราวที่เคลื่อนที่ได้ อย่างเช่น ผ่านรถสามล้อหรือรถสี่ล้อขนาดเล็ก ซึ่งขณะนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น ๒๓,๐๐๐ ร้านในอิตาลี โดยส่วนมากเป็นสินค้าแฟชั่นและอาหาร

ล่าสุดในช่วงสัปดาห์ Milan Design Week 2017 บริเวณ Lambrate สมาคมนักออกแบบและสถาปนิก Promote Designs จะมีการจัดร้านค้าชั่วคราวโดยการรวมสินค้าเครื่องประดับที่ได้รับการคัดเลือกจาก Artistar และสินค้าดีไซน์ตกแต่งบ้านเข้าไว้ด้วยกันเป็นครั้งแรก รวมทั้งการจัด workshop สำหรับผู้ที่สนใจได้เข้าร่วมอีกด้วย

การนำเสนอสินค้าผ่านรูปแบบร้านค้าชั่วคราวเป็นวิธีการที่น่าสนใจ ทั้งในเรื่องของการประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคจะพิจารณาว่าสินค้าที่จัดจำหน่ายได้รับการคัดเลือก

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

มาโดยเฉพาะและระยะเวลาจำหน่ายค่อนข้างจำกัด จึงให้ความสนใจมากกว่าร้านค้าทั่วไป โดยที่ผ่านมา สคต. มิลาโน เคยจัดกิจกรรมในรูปแบบ pop-up store สินค้าแฟชั่นเครื่องหนัง และประสบความสำเร็จอย่างมาก ทั้งนี้ สคต. พิจารณาเห็นว่า การจัดการส่งเสริมสินค้าผ่านรูปแบบร้านค้าชั่วคราวเป็นวิธีการที่คุ้มค่าต่อการลงทุน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และยังสามารถต่อยอดในสินค้าของไทยประเภทอื่นๆ เช่น อาหาร สินค้า ตกแต่งบ้าน หรือเครื่องประดับ สำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายตลาดสินค้าในอิตาลีต่อไปในอนาคต

ที่มา: www.fashionmagazine.it วันที่ ๙ มีนาคม ๒๕๖๐

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาโน

มีนาคม ๒๕๖๐

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ