

ประจำสัปดาห์ระหว่างวันที่ 18 – 22 มี.ค. 2562

DITP Overseas Report

การแข่งขันระหว่างแอปพลิเคชันด้านอาหารและเทคโนโลยีทางการเงิน ระหว่าง Go-Jek และ Grab เพื่อเป็นสุดยอดแอปพลิเคชัน

ประเทศอินโดนีเซีย สดต.จาการ์ตา

Go-Jek และ Grab เริ่มต้นธุรกิจจากการให้บริการรถรับจ้างในประเทศบ้านเกิด มีขั้นตอนที่การดึงดูดผู้บริโภคแตกต่างกัน และได้ขยายบริการออกไปกลายเป็น duopoly ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

การแข่งขันเพื่อให้กลายเป็นแอปพลิเคชันอันดับหนึ่งในอินโดนีเซีย Go-Jek และ Grab ดำเนินการในลักษณะที่คล้ายคลึงกันด้านรูปแบบ แต่มีความแตกต่างที่ชัดเจนในเรื่องวิธีการเพื่อนำไปสู่สถานะ super-app

Go-Jek มุ่งเน้นการผลักดันด้านเทคโนโลยีทางการเงิน (fintech) โดยผ่าน Go-Pay ระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ขณะที่ Grab มุ่งเน้นที่การให้บริการจัดส่งอาหารผ่าน GrabFood

Nadiem Makarim ผู้ก่อตั้งยืนยันเมื่อปลายปี 2560 ว่า Go-Pay จะแยกออกจาก Go-Jek อย่างชัดเจนในปีต่อไป แผนการ Go-Pay มีความชัดเจน เนื่องจาก Go-Pay ได้รับใบอนุญาต e-money จากธนาคารกลางอินโดนีเซีย ดังนั้น ภายใต้แผนการดังกล่าว เมื่อเดือนธันวาคมปีที่ผ่านมา Go-Pay ร่วมมือกับร้านค้าเกือบ 400,000 ราย ดำเนินธุรกรรม e-wallet มีมูลค่าถึง 6,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ปัจจุบัน Go-Pay ครองส่วนแบ่งตลาด e-wallet สูงสุดของอินโดนีเซีย โดยจากรายงานของ RedSeer คาดการณ์ว่าปี 2566 จะมีมูลค่า 25,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อย่างไรก็ตาม Go-Pay ยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาด โดยใช้กลยุทธ์การคืนเงิน (cashback) ทั่วประเทศกว่าหลายล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อที่จะเจาะตลาดการเงินนอกภาคธนาคารของอินโดนีเซีย

Ryu Suliawan หัวหน้าฝ่ายการค้าของ Go-Jek กล่าวว่า จำนวนประชากรอินโดนีเซียหลังจากหักจำนวนผู้สูงอายุ และเด็กเล็กที่ไม่สามารถใช้งาน e-payment จะมีประชากรประมาณ 120 ล้านคน ที่สามารถใช้งานผ่านระบบ e-payment โดย Go-Jek สามารถระดมเงินทุนที่ใช้สำหรับแผนการเจาะตลาดได้ถึง 920 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

Go-Pay ไม่เปิดเผยจำนวนลูกค้าที่ใช้งาน e-wallet ในปัจจุบัน แต่รายงานล่าสุดของ Telkom-Mandiri ประมาณการตัวเลขผู้ใช้งานปี 2560 จำนวน 10 ล้านคน

Kevin Aluwi ผู้ร่วมก่อตั้ง Go-Jek กล่าวเมื่อปีก่อนว่า อีกวัตถุประสงค์ของ Go-Pay คือการรวบรวมข้อมูลการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งสามารถนำไปใช้เพื่อขยายบริการทางการเงินของบริษัท

ด้วยเหตุผลนี้ Go-Jek เข้าซื้อบริษัท FinTech Start-up 3 บริษัท ได้แก่ Midtrans, KartuKu และ Mapan ในปี 2560 และปีนี้ซื้อ Coins.ph บริษัท Start-up ของฟิลิปปินส์

ขณะเดียวกัน Grab มีแผนการชัดเจนที่จะเป็นผู้นำด้านผู้ให้บริการจัดส่งอาหารตามความต้องการของผู้บริโภคในประเทศและภูมิภาคภายในสิ้นปีนี้

บริษัทประมาณการณ์ตลาดบริการจัดส่งอาหารของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปีนี้ จะเพิ่มขึ้นเป็นสี่เท่าจาก 3,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐเป็น 13,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2565

GrabFood เมื่อปีที่ผ่านมาย้ายกิจการอย่างรวดเร็ว โดยเข้าสู่ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม หลังจากที่ก่อตั้งในไทยและอินโดนีเซีย

Ridzki Kramadibrata ประธานบริษัท Grab Indonesia กล่าวกับผู้สื่อข่าวในกรุงจาการ์ตาเมื่อเดือนธันวาคมปีที่ผ่านมาว่า บริษัทมีแผนจะใช้ประโยชน์จากส่วนแบ่งตลาดบริการรถรับจ้างที่ร้อยละ 64 ในอินโดนีเซีย เพื่อพิชิตการจัดส่งอาหาร ปีนี้บริษัทประกาศเป็นพันธมิตรกับเครือข่ายอาหารและเครื่องดื่ม 5 แห่ง ได้แก่ Maxx Coffee, Wendy's Indonesia และ Baskin Robbins ซึ่งได้ขยายเครือข่ายของ Grab อย่างมากมาย

ธุรกิจเฟรนไชส์เหล่านี้ให้ข้อเสนอพิเศษหรือรายการอาหาร ที่ช่วยให้ Grab ดึงดูดลูกค้า เพื่อแลกเปลี่ยนกับข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคใน 222 เมืองของอินโดนีเซียที่ GrabFood ดำเนินงาน

Grab มีจำนวนเงินหมุนเวียนในการจัดโปรโมชั่นทั่วประเทศมูลค่าอย่างน้อย 2,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ Kitchen by GrabFood เป็นโครงการที่จะนำ Grab's Food ไปสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำในด้านนี้ คือ สร้างโอกาสให้พ่อค้าชั้นนำของ GrabFood สามารถเปิดเฟรนไชส์ได้ใกล้กับสถานที่ที่มีความต้องการมากที่สุด

Tomaso Rodriguez หัวหน้าภูมิภาคของ GrabFood กล่าวถึงโครงการที่เปิดสาขาในชาวตะวันตกเมื่อปีที่ผ่านมามี สามารถลดระยะเวลาในการจัดส่งร้อยละ 20 จากโดยเฉลี่ย 29 นาทีเป็น 23.2 นาทีในพื้นที่ใกล้เคียง

Go-Jek และ Grab นับเป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากผู้บริโภคในอินโดนีเซีย เริ่มจากการให้บริการรถรับจ้าง และได้ต่อยอดธุรกิจไปยังธุรกิจประเภทต่างๆ โดย Go-Jek เปิดให้บริการด้าน FinTech ระบบ e-wallet ผ่าน Go-Pay ร่วมกับร้านค้าและร้านอาหารต่างๆ จำนวนมาก และได้รับความนิยมจำนวนมากจากโครงการคืนเงิน (cashback) ให้กับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าต่าง ๆ ที่ร่วมโปรโมชั่น

Grab ได้มุ่งเน้นด้านการบริการจัดส่งอาหาร โดยเน้นที่การย่นระยะเวลาการจัดส่งอาหาร ขยายจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เข้าร่วมเป็นพันธมิตร และขยายบริการไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยทั้งสองมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำ super-app