



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน

(Weekly News from Berlin)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

19 - 22 เมษายน 2562

ข่าวเศรษฐกิจ

Zalando ปรับตัว

ในศูนย์แห่งใหม่ของบริษัท Zalando ที่สามารถมองเห็นแม่น้ำ Spree ที่ไหลผ่านใจกลางกรุงเบอร์ลินยังมีกลิ่นสีที่เพิ่งทาเสร็จใหม่ๆ และยังได้ยินเสียงการทำงานของช่างในบางแห่ง พร้อมทั้งเก้าอี้ และโต๊ะทำงานสำหรับพนักงานกว่า 2,300 ชีวิต ก็ยังใหม่เอี่ยม ซึ่งจำนวนพนักงานในศูนย์แห่งนี้ยังเป็นแค่ 1 ใน 3 ส่วนของบริษัทเท่านั้น ที่เหลือก็กระจายการทำงานในตึกอื่นๆ อีกจำนวน 8 แห่งด้วยกัน และอีก 2 แห่งกำลังก่อสร้างอยู่ ซึ่งเมื่อเสร็จสิ้นแล้วศูนย์ Zalando จะมีพื้นที่รวมกันมากถึง 10,000 ตารางเมตร อีกทั้งการขยายตัว



ด้านธุรกิจของบริษัทยังไม่มีแนวโน้มที่จะสิ้นสุดลง นาย Rubin Ritter ผู้บริหาร Zalando กล่าวว่า “เราต้องการขยายตัวขึ้น 3 เท่าให้เท่าๆ กับการขยายตัวของตลาด Online ในปัจจุบัน” ซึ่งตัวเลขที่นาย Ritter ได้มานำเสนอในสัปดาห์ที่ผ่านมา นั้น ไม่ใช่ตัวเลขที่สวยงามหรืออะไรมากนัก โดยยอดจำหน่ายของบริษัทในปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวขึ้นร้อยละ 20 เป็น 5.4 พันล้านยูโร ซึ่งร้อยละ 20 สำหรับบริษัทขนาดกลางแล้ว ฟังเหมือนจะดูเยอะมาก แต่ตัวเลขนี้อยู่ในช่วงท้ายๆ ของตัวเลขที่ผู้บริหารได้ระบุ เกือบจะไม่ได้เท่าที่คาดการณ์ต่ำสุดไว้ อีกทั้งกำไรอยู่ที่ 173.4 ล้านยูโรที่อยู่ในค่าประเมิน ก็เพราะได้มีการปรับลดตัวเลขลงไว้รอในช่วงฤดูใบไม้ร่วงที่ผ่านมาเรียบร้อยแล้ว โดยบริษัทให้เหตุผลว่า ทำไมบริษัทไม่ได้ยอดจำหน่ายที่ขยายตัวสูงเหมือนทุกปีว่า ฤดูร้อนที่ยาวนานและร้อนจัดในช่วงปีที่ผ่านมาทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าช่วงฤดูใบไม้ร่วงสำหรับก่อนฤดูหนาวลดลงอย่างมาก ซึ่งไม่ใช่บริษัทด้านแฟชั่นอย่าง Zalando เพียงบริษัทเดียวที่ประสบปัญหาดังกล่าว บริษัทอื่นๆ ก็ประสบปัญหานี้เช่นกัน นาย Ritter กล่าวว่า “ปี 2018 ไม่ใช่ปีที่ง่าย

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

เลยสำหรับเรา” อย่างไรก็ตามก็มีเรื่องน่ายินดีอย่างตัวเลขลูกค้าประจำ ก็ขยายตัวสูงเป็นประวัติการณ์ จาก 23.1 เป็น 26.4 ล้านคน โดยลูกค้ากลุ่มนี้ซื้อสินค้า 4.4 ครั้งต่อปี และตัวเลขนี้ก็ขยายตัวขึ้นเช่นกัน แต่อัตราเฉลี่ยในการสั่งซื้อสินค้า 1 ครั้ง ก็ลดตัวลงจาก 64.5 เป็น 61 ยูโร นาง Beate Hölters



Rubin Ritter

ผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าประจำบริษัทให้คำปรึกษา Tailorit กล่าวว่า “บริษัท Zalando ต้องหาทางแก้ไขได้แล้ว เพราะมันจะส่งผลกระทบต่อจำหน่าย บริษัทต้องปรับการบริการภายในเองให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และลดค่าใช้จ่ายด้านการบริหารจัดการคลังสินค้า (Fulfillment) ลง” โดยบริษัทได้เริ่มให้มีการระบุราคาขั้นต่ำในการสั่งซื้อสินค้าต่อครั้งในประเทศอิตาลีขึ้น เพื่อแก้ปัญหาอัตราเฉลี่ยต่อการสั่งซื้อที่ลดลง และ Zalando ก็มีแผนที่จะพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรให้ดียิ่งขึ้น และขยายการลงทุนในด้านการตลาดและระบบโลจิสติกส์ไปพร้อมๆกัน

โดยโครงการพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรนั้น Zalando ไม่ได้ซื้อสินค้าของพันธมิตรแล้วนำมาจำหน่ายต่อ แต่ Zalando จะเป็น Plattform ให้กับพันธมิตร โดยลูกค้าสามารถซื้อสินค้าผ่าน App ของ Zalando สินค้าของพันธมิตรได้โดยตรง โดยข้อดีที่ Zalando ได้รับก็คือ สามารถจำหน่ายสินค้าได้จำนวนมากชนิดขึ้น และลดความเสี่ยงลงไปในเวลาเดียวกัน อีกทั้งเหล่าพันธมิตรยังสามารถใช้ธุรกิจบริการอื่นๆ ของ Zalando ร่วมด้วยถ้าต้องการ เช่น Marketing Service ของ Zalando ที่มีข้อมูลลูกค้าจำนวนมาก หรือสามารถสร้างแคมเปญแบบที่เฉพาะเจาะจงกับลูกค้ามากขึ้น เป็นต้น หรือแม้แต่ใช้บริการ Fulfillment ของบริษัท Zalando ที่จัดการเรื่องโลจิสติกส์ให้กับบริษัทพันธมิตรให้ทุกอย่าง นาย Rober Gentz Co-CEO ของนาย Ritter กล่าวว่า “บริษัทพันธมิตรเหล่านี้ก็จะได้มีเวลาในการบริหารจัดการด้านยี่ห้อ และการผลิตสินค้าแฟชั่น ซึ่งเป็นสิ่งที่พวกเขาชำนาญ แล้วเรามีหน้าที่ปูพรมแดงสำหรับธุรกิจ E-Commerce รอคอยรอต้อนรับพวกเขา”

จาก Handelsblatt 19 เมษายน 2562

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด