

## ร้านค้าออนไลน์เติบโตในตลาดแฟชั่นฮังการี

เมื่อต้องการซื้อเสื้อผ้า ผู้บริโภคฮังการีส่วนใหญ่ยังคงชอบร้านค้าแบบดั้งเดิม โดยตัวเลขในปี 2018 ร้านค้าปลีกแฟชั่นมียอดขายเพิ่มขึ้นมากกว่า 550,000 ล้านโฟรินท์ แต่อย่างไรก็ตาม ปริมาณการเลือกใช้บริการร้านค้าออนไลน์มีการเติบโตเร็วอย่างมาก โดยคาดว่าส่วนแบ่งการตลาดของการปลีกออนไลน์จะเพิ่มเป็น 28% ภายในปี 2022

Glami.hu บริษัท search engine สินค้าแฟชั่นชั้นนำ เผยแพร่ผลการวิจัยข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวโน้มล่าสุดของอีคอมเมิร์ซในฮังการี ซึ่งระบุว่า ปี 2018 เป็นปีทองของการค้าแฟชั่นออนไลน์ โดยผู้ค้าปลีกออนไลน์ในฮังการีทำรายได้มากกว่า 153 พันล้านโฟรินท์ (495 ล้านยูโร) เพิ่มขึ้น 12% เมื่อเทียบกับปี 2017 และมีส่วนแบ่งตลาด 22% ของตลาดโดยรวม

จากการสำรวจความคิดเห็นถึงข้อดีของการใช้ร้านค้าออนไลน์ ผู้บริโภคให้เหตุผลว่า สามารถใช้บริการได้ตลอดเวลา 61% ประหยัดเวลา 51% สินค้าให้เลือกจำนวนมาก 47% และราคาถูกกว่าร้านค้าปลีกทั่วไป 35%

เมื่อซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ ความกังวลหลักของลูกค้าคือ ขนาดเสื้อผ้าจะไม่พอดี เว็บช้อปปิ้งหลายแห่งจึงแก้ปัญหาด้วยการเสนอนโยบายการคืนและเปลี่ยนสินค้าตามความต้องการของลูกค้า นโยบายดังกล่าวสร้างความได้เปรียบที่ชัดเจนต่อร้านค้าที่มีถิ่นฐานหรือคลังสินค้าในประเทศ ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 28 มีการสั่งซื้อเสื้อผ้าจากต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า มีความลังเลในการสั่งซื้อจากร้านค้าในต่างประเทศ เนื่องจากนโยบายการคืนสินค้าไม่ชัดเจน อีกทั้ง ต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่ง ตลอดจนค่าขนส่งมีราคาสูง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่ (87%) ให้ความสำคัญกับเว็บไซต์ที่ใช้ภาษาฮังการี โดยร้อยละ 59 กล่าวว่า เว็บไซต์ที่มีเฉพาะภาษาต่างประเทศ ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า

### การแข่งขัน

ตลาดแฟชั่นออนไลน์ถูกครอบครองโดยผู้ค้าปลีกข้ามชาติที่มีเว็บช้อปปิ้งในฮังการี ผู้ค้าปลีกออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ H&M จากประเทศสวีเดน ซึ่งเป็นแบรนด์สินค้าที่มีร้านค้าปลีกจำนวนมากทั่วทั้งประเทศ ร้านที่ได้รับความนิยมอันดับสองคือ Bonprix จากเยอรมนี ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการการสั่งซื้อออนไลน์เท่านั้น

ในขณะที่การแข่งขันระหว่างบริษัทต่างชาติทวีความรุนแรงมากขึ้น แต่การเติบโตของตลาดแฟชั่นทำให้มีคู่แข่งรายใหม่ที่มีขนาดเล็กเพิ่มมากขึ้น อาทิ Ecipo.hu บริษัทท้องถิ่นฮังการี ซึ่งเป็นร้านขายรองเท้าออนไลน์ที่จำหน่ายทั้งรองเท้าและเครื่องประดับ และเป็นร้านที่ได้รับความนิยมอันดับสามในปี 2018

### แนวโน้มตลาดและการตัดสินใจซื้อ

จากการวิจัยของ Glami แนวโน้มที่สำคัญที่สุดในตลาดแฟชั่นออนไลน์ของฮังการีคือ สินค้าที่มีการผลิตแบบยั่งยืน (sustainability) สินค้าแบรนด์ท้องถิ่น และสินค้าแบบ sport fashion หรือรองเท้าผ้าใบ (sneaker mania) อย่างไรก็ตาม แบรนด์สินค้าที่มีจริยธรรมทางการค้า (ethical products) และมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับ

ธรรมชาติ (nature-friendly) ยังไม่สามารถขึ้นมาเป็นผู้นำตลาดได้ เนื่องจากแบรนด์สินค้าดังกล่าวยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

จากผลสำรวจ ผู้บริโภคร้อยละ 67 ยินดีซื้อสินค้าแฟชั่นที่ผลิตด้วยวิธีการแบบยั่งยืน (sustainable methods) หรือสินค้าที่มีจริยธรรมทางการค้า (ethical products) แม้ว่าจะมีราคาสูงขึ้น ในขณะที่หลายคนเต็มใจจ่ายเงินเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภค 83% สนใจแบรนด์ท้องถิ่นของฮังการีถ้ามีราคาสมเหตุสมผล และมีเพียง 8% เท่านั้นที่ยินดีจ่ายเงินมากขึ้นสำหรับเสื้อผ้าที่ออกแบบโดยนักออกแบบชาวฮังการี

นอกจากนี้ การวิจัยของ Glami ยังแสดงให้เห็นว่า เสื้อผ้าก็หายังคงเป็นตัวเลือกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในฮังการี 60% ของผู้บริโภคกล่าวว่าพวกเขาชอบที่จะสวมใส่เสื้อผ้าดังกล่าวสำหรับกิจกรรมประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองเท้าผ้าใบ ผู้บริโภคจำนวนมากเลือกที่จะใช้สวมใส่เพื่อทำงานหรือแม้แต่ร่วมกิจกรรมที่เป็นทางการ หรืออาจกล่าวได้ว่า รองเท้าผ้าใบเป็นสินค้าแฟชั่นที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในขณะนี้



ที่มา: [www.bbj.hu](http://www.bbj.hu)