



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน

(Weekly News from Berlin)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

14 - 17 มิถุนายน 2562

ข่าวเศรษฐกิจ

Alibaba วางแผนบุก Amazon

Alibaba บริษัทยักษ์ใหญ่ที่นอกจากจะเป็นเจ้าของธุรกิจจำนวนมากในประเทศจีนแล้ว ในปัจจุบันนี้ Alibaba ยังได้สร้างเครือข่ายและพยายามเข้าควบคุมกิจการในยุโรปอีกด้วย Jack Ma ผู้ก่อตั้งบริษัทเปิดเผยถึงการสร้างภาพลักษณ์ของ Alibaba ว่าไม่ได้ต้องการให้ผู้คนมองว่าเป็น



บริษัทสัญชาติจีนเท่านั้น แต่เขาต้องการให้มองว่าเป็นบริษัทระดับโลก ซึ่งก่อนการถอนตัวของ Ma จากคณะกรรมการผู้บริหารบริษัทในเดือนกันยายน 2019 เขายังคงเน้นย้ำถึงความทะเยอทะยานที่จะผลักดันให้ Alibaba มีภาพลักษณ์เป็นบริษัทนานาชาติ โดยเป้าหมายของบริษัทจนถึงปี 2036 ที่จะเข้าถึงลูกค้าให้ได้จำนวนมากถึงสองพันล้านคนนั้นเป็นจุดประสงค์หลักที่ถูกส่งมอบให้กับ Daniel Zhang ผู้บริหารคนต่อมา โดย Zhang อธิบายว่าโลกาภิวัตน์ยังคงเป็นวิสัยทัศน์หลักของบริษัทที่จะช่วยให้ลูกค้าสามารถปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลในปัจจุบันได้ ถึงแม้ว่า Alibaba จะมียอดขายสูงถึง 853 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตัวเลขที่มากกว่า Amazon ถึง 3 เท่าและมากกว่า Zalando 100 เท่า อย่างไรก็ตามตัวเลขการค้าดังกล่าวหลักๆไม่ใช่ส่วนแบ่งการค้าจากตลาดนานาชาติ แต่มาจากการค้าภายในประเทศจีนเป็นส่วนใหญ่ แม้ว่าจำนวนตัวเลขผู้ค้าปลีกในต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นเกือบร้อยละ 40 แต่ผลประกอบการจากการค้าดังกล่าวยังคงมีส่วนเพียงแค่อ้อยละ 5 จากยอดขายทั้งหมดเท่านั้น

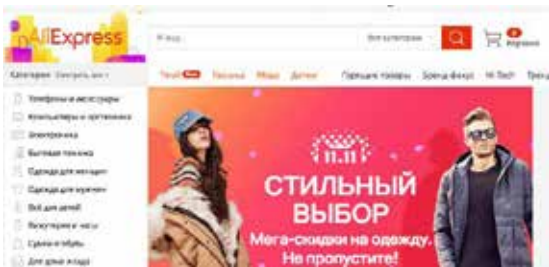
นาย Kuno Neumeier คณะกรรมการผู้บริหารของบริษัทให้คำปรึกษาด้านการลงทุน Loginvest กล่าวว่า จนถึงเวลานี้บริษัท Alibaba ยังไม่สามารถก้าวเข้ามาบุกตลาดยุโรปได้อย่างเต็มภาคภูมิ แต่แน่นอนว่า บริษัทมีความทะเยอทะยานที่จะเป็นผู้ริเริ่มการค้าออนไลน์และก้าวเข้ามาเป็นคู่แข่งที่สำคัญในยุโรปให้ได้ ในภาคผู้ประกอบการนั้น ได้ยินกันมาว่า บริษัท Alibaba มีการเจรจการค้ากับหุ้นส่วนสม่ำเสมอ เพื่อหาทางผลักดันและส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจของบริษัทออกไป โดยจุดประสงค์หลักก็คือ

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

หาทางที่จะสร้างระบบโลจิสติกส์ที่มั่นคงในยุโรปขึ้น โดยเฉพาะการเจรจากับพันธมิตรด้านท่าเรือ เช่น ท่าเรือที่เมือง Lüttich ในประเทศเบลเยียม เพื่อที่จะใช้พื้นที่ดังกล่าวในการขับเคลื่อนการไหลเวียนของสินค้าในยุโรปต่อไปได้

ขณะนี้ Alibaba มี 2 ยุทธศาสตร์ระดับโลก ยุทธศาสตร์แรกเป็นยุทธศาสตร์สำหรับผู้ประกอบการจากนานาชาติที่จะเข้าถึงผู้บริโภคในประเทศจีน โดยมี TMall เป็นแพลตฟอร์มหรือช่องทางการติดต่อ ซึ่งทาง Alibaba เองก็ได้ใช้ช่องทางนี้ในการโฆษณาหลูกค้าที่เป็นผู้จำหน่ายจากประเทศเยอรมนีอีกด้วย อีกหนึ่งยุทธศาสตร์นั้นเป็นยุทธศาสตร์สำหรับผู้ผลิตสัญชาติจีนถึงผู้บริโภคทั่วโลก โดยอยู่ภายใต้แพลตฟอร์ม Aliexpress แพลตฟอร์มนี้ทำให้ Alibaba สามารถเข้าถึงผู้บริโภคใน 150 ประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศเยอรมนีด้วย ในปัจจุบันนี้ Alibaba ประสงค์ที่จะทำการผสมผสานกันของ 2 ยุทธศาสตร์เข้าหากัน โดยในอนาคตนั้น Aliexpress จะมีการเปิดใช้งานสำหรับผู้ผลิตนอกประเทศจีนด้วย นาย



Trudy Dai หนึ่งในผู้จัดการบริษัท Alibaba กล่าวกับหนังสือพิมพ์ Financial Times ว่า ในขณะนี้ทางบริษัทได้ดำเนินการยุทธศาสตร์ท้องถิ่นสู่สากล (Lokal zu Global) เป็นปีแรก โดยในระยะเริ่มต้นเราเปิดโอกาสให้กับบริษัทขนาดกลางและขนาด

ย่อมจากรัสเซีย ตุรกี อิตาลี และสเปน สามารถเข้าร่วมในแพลตฟอร์มดังกล่าว ซึ่งทางบริษัทจะเปิดช่องทางนี้ให้กับบริษัทจากผู้ค้าชาวเยอรมันด้วยหรือไม่ นั้นก็ยังไม่ได้สรุปในเวลานี้

การเข้าไปในยุโรปของ Alibaba ถือว่าการเปิดตัวครั้งแรกของร้านค้าออนไลน์สัญชาติจีนในการเชื่อมโยงเครือข่ายทั่วโลกเพื่อผู้ผลิตในยุโรป ทั้งนี้ยังเป็นการประกาศการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดสินค้าทางตะวันตกอย่าง Amazon และ Ebay โดยนาย Olaf Rotax ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประเทศจีนและกรรมการบริษัทให้คำปรึกษาดิจิตอล Accenture ตั้งข้อสังเกตว่า Alibaba มีการดำเนินยุทธศาสตร์การเติบโตในธุรกิจการค้าเชิงอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศหรือ E-Commerce (Cross-Boarder-E-Commerce) ผ่านช่องทาง Aliexpress อย่างจริงจัง โดยตลาดการค้าดังกล่าว มีแนวโน้มที่จะขยายตัวขึ้นอย่างน้อย 2 เท่าในปีหน้า และแน่นอนที่ Alibaba ต้องการเป็นผู้นำในธุรกิจดังกล่าว นอกจากนี้ Alibaba ยังต้องการผลักดันระบบเครือข่ายการค้าให้เป็นรากฐานสำหรับการค้าระดับโลกต่อไปในอนาคตอีกด้วย

นาง Dai ผู้จัดการบริษัท Alibaba นำเสนอความพร้อมของ Aliexpress สำหรับการค้าออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ใช้ Lazada ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ซื้อจากนาย Maximilian Bittner ผู้ก่อตั้งชาวเยอรมนี จากการแถลงการณ์ผลประกอบการประจำปีทำให้เห็นว่าบริษัทการค้าระดับโลกภายใต้การกำกับของ Alibaba นั้นแสดงให้เห็นถึงการเติบโตที่ดีในระดับหนึ่ง โดย Lazada และ

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

Aliexpress มีกลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีการใช้งานจริงจบรวมกันมากถึง 120 ล้านคน ซึ่งอาจทำให้ Aliexpress กลายเป็นผู้นำของการเติบโตในตลาดโลกได้ แต่อย่างไรก็ตามนาย Marcel Münch ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท Start-up Dongxii กล่าวว่า ความคาดหวังดังกล่าวอาจเกินความเป็นจริง ในทางทฤษฎีแม้ว่าตลาดการค้าจะมีขนาดใหญ่ แต่การที่จะทำให้เกิดขึ้นได้ในทางปฏิบัตินั้นเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากการค้าระหว่างประเทศมีความท้าทายมากมาย ซึ่งการตัดสินใจของเขาเกี่ยวกับ Aliexpress จึงออกมาไม่สวยงาม โดย การประสานงานและการติดต่อสื่อสารด้วยอีเมลของ Aliexpress ไม่ได้ใช้รูปแบบมาตรฐานที่ผู้ให้บริการอื่นๆในธุรกิจนี้ใช้กัน อย่างไรก็ตามนาย Münch ยอมรับว่าการดำเนินการดังกล่าว อาจเป็นอีกวิธีหนึ่ง ที่เปลี่ยนแปลงการขยายช่องทางให้กับผู้ผลิตตะวันตกออกไปก็ได้ ซึ่งการขยายช่องทางในระดับนานาชาติ ในเวลานี้ยังคงเป็นเพียงขั้นตอนการดำเนินการในขั้นต้นเท่านั้น

นาย Rotax ผู้ให้คำปรึกษายังเตือนถึงการประเมินถึงความทะเยอทะยานที่สูงเกินไป โดยการดำเนินการของ Alibaba ในทวีปยุโรปเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นในเวลานี้ นั้นเน้นการนำเข้าผลิตภัณฑ์คุณภาพ จากยุโรปของจีนใน ประกอบกับสนับสนุนความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนในยุโรป สิ่งเหล่านี้เองก็มีส่วนสนับสนุนการเติบโตดังกล่าวด้วย แน่นอนว่ามันสามารถเกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับการครอบงำกิจการอย่างมีเป้าหมายในยุโรป ในเดือนมกราคมที่ผ่านมา Artisans ธุรกิจ Start-up เป็นบริษัทแรกในเยอรมนีที่ถูก Alibaba ซื้อ ทั้งนี้ Zalando เองก็มีการคาดการณ์ว่า อาจจะมีการร่วมธุรกิจกับ Alibaba โดยมีเป้าหมายในการหาส่วนแบ่งตลาด อย่างไรก็ตาม รายได้สุทธิของ Alibaba อยู่ที่ประมาณ 10.7 พันล้านยูโร ซึ่งตัวเลขดังกล่าวสูงกว่ามูลค่าตลาดทั้งหมดของ Zalando นอกจากนี้ ความพยายามในการครอบงำตลาดการค้าของกิจการขนส่ง Hermes บริษัทลูกของเครือ Otto ยังเป็นที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นเครือข่ายโลจิสติกส์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ ซึ่งหากบริษัทด้านการขนส่งอย่าง Hermes ถูก Alibaba ซื้อไปจริงจะเป็นการบุกโจมตีที่ส่งผลให้ความเปลี่ยนแปลงในตลาดการค้าอย่างรวดเร็ว

จาก Handelsblatt 10 มิถุนายน 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 ข้อมูลไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด