รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี นักแปลและล่ามภาษาไทย ที่ได้รับอนุญาตหรือได้รับมอบอำนาจจากศาลเยอรมัน / von Herr Thanit Hirungitrungsri Für die Berliner Gerichte und Notare ermächtigter Übersetzer der thailändischen Sprache

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน
(Weekly News from Berlin)
สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน
19 - 22 กรกฎาคม 2562

ข่าวเศรษฐกิจ

กลยุทธ์หนีตายของผู้ค้า Online รายย่อย

นาย Roman Kirsch เคยถูกเรียกว่า เด็กมหัศจรรย์แห่งวงการธุรกิจ E-Commerce เขาได้เคยก่อต้อง Shoppingclub ขึ้นได้อย่างประสบความสำเร็จ และขายมันให้กับ Fab ผู้นำด้านธุรกิจดังกล่าวในสหรัฐอเมริกาไปสูงถึงหลายล้านเหรียญสหรัฐ และเขาก็วางแผนที่จะมาปฏิรูประบบการค้า Online และได้ก่อตั้ง Lesara ขึ้นเพื่อจำหน่ายสินค้า Fast Fashion หรือเป็นรูปแบบธุรกิจที่ H&M หรือ Zara มาใช้ในโลกอินเตอร์เน็ต และจะใช้ความช่วยเหลือจากปัญญาประดิษฐ์ (Ai) มาทำให้ธุรกิจ Fast Fashion ดำเนินไปได้ด้วยดีกว่าเดิม แต่จุดเริ่มต้นที่สวยงามของ Lesara ได้กลายเป็นอดีตไปเรียบร้อยแล้ว หลังจากที่บริษัทประสบปัญหาระบบโกดังจัดเก็บสินค้าแบบใหม่ ทำให้เกิดปัญหาการจัดส่งสินค้าอย่างหนัก และลูกค้าซึ่งแทบจะไม่มีความจงรักภักดีกับ Lesara เลยก็เปลี่ยนไปใช้บริการคู่แข่งเพียง “การคลิก” ครั้งเดียว จนส่งผลให้บริษัทต้องประกาศล้มละลาย และปิดตัวลงหลังจากนั้นไม่นาน ซึ่งตัวอย่างของบริษัท Lesara แสดงให้เห็นว่า การแข่งขันในธุรกิจ E-Commerce นั้นดุเดือดขึ้นมากขนาดไหน ซึ่งในอดีตมีเพียงร้านค้าปลีกเท่านี้ที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจ E-Commerce

ปัจจุบันร้านค้า Online ขนาดย่อยก็ประสบปัญหาดังกล่าวเช่นกัน โดยบริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง Amazon and Co นั้นมีอำนาจมาขึ้นเรื่อยๆ ในตลาด E-Commerce โดยนาง Eva Stüber ผู้เชี่ยวชาญของสถาบันวิจัยการค้า (IFH – Instituts für Handelsforschung) จากเมือง Köln กล่าวว่า “เราสามารถสัมผัสได้ถึงการก้าวเข้ามาครอบงำตลาดของ Amazon-Plattform ร้านค้า Online จำนวนมาก ไม่สามารถที่จะแข่งขันต่อไปได้ และต้องยอมแพ้ไป” จากตัวเลขของ IFH แสดงให้เห็นว่า Plattform ขนาดใหญ่ของประเทศเยอรมนีได้แก่ Amazon, Ebay, Otto และ Zalando ก็ครอบครองส่วนแบ่งตลาด

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใด ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี นักแปลและล่ามภาษาไทย ที่ได้รับอนุญาตหรือได้รับมอบอำนาจจากศาลเยอรมัน / von Herr Thanit Hirungitrungsri Für die Berliner Gerichte und Notare ermächtigter Übersetzer der thailändischen Sprache

รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี นักแปลและล่ามภาษาไทย ที่ได้รับอนุญาตหรือได้รับมอบอำนาจจากศาลเยอรมัน / von Herr Thanit Hirungitrungsri Für die Berliner Gerichte und Notare ermächtigter Übersetzer der thailändischen Sprache
รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี นักแปลและล่ามภาษาไทย ที่ได้รับอนุญาตหรือได้รับมอบอำนาจจากศาลเยอรมัน / von Herr Thanit Hirungitrungsri Für die Berliner Gerichte und Notare ermächtigter Übersetzer der thailändischen Sprache
รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี / von Herr Thanit Hirungitrungsri

E-Commerce เยอรมนีในปี 2013 อยู่ที่ร้อยละ 52 และในปี 2018 ทั้ง 4 บริษัทยักษ์ใหญ่ สามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้เป็นร้อยละ 61 และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวขึ้นไปอีก โดยนาง Stüber ออกมาแสดงความกังวลว่า “เรามองเห็นพฤติกรรมการ*การบูชาการบริโภคผ่านบริษัท Amazon* (Ger: Amazonisierung des Konsums) เพราะการบริโภคสินค้าส่วนใหญ่ต้องดำเนินการผ่าน Amazon-Plattform แม้แต่การมองหาสินค้า หรือการตรวจสอบราคาก็มีการดำเนินการผ่าน Plattform ดังกล่าว” ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคถูกครอบงำ และเปลี่ยนไปอย่างสมบูรณ์

ผู้ก่อตั้งร้าน Herrenausstatter.de โดยนาง Renata DePauli ได้เป็นหนึ่งในผู้เริ่มประกอบธุรกิจ Online เป็นรายแรกๆ ของประเทศกว่าเมื่อ 20 ปีที่ผ่านมา โดยจุดประสงค์ของร้านก็คือ ช่วยเหลือให้ผู้ชายมีความสะดวกสบายในการซื้อเสื้อผ้ามากที่สุด ผู้ประกอบธุรกิจ Online ก็จะได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีก เพราะแน่นอนธุรกิจ Online ก็ต้องแข่งขันด้านความถี่ของร้านค้าเช่นกัน” ในเวลานี้จำนวนร้านค้า Online ที่เพิ่มมากขึ้น ยิ่งยากที่จะได้รับความสนใจของลูกค้า นาง DePauli กล่าวต่อว่า “เหล่าร้านค้า Online ต้องถามตัวเองให้มากว่า จะทำอย่างไรให้ตัวเองแตกต่างกับผู้อื่น” โดยร้าน Online จำนวนมากนั่งบนข้อมูลของลูกค้าเป็นภูเขา แต่พวกเขาไม่รู้จะนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้งานอย่างไรให้เป็นประโยชน์ และคาดว่า ผู้ที่จะสามารถอยู่รอดในธุรกิจ Online ได้นั้นก็ต้องเป็นบริษัทที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะตัวของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยตัวอย่างที่ดีได้แก่บริษัท Limango ซึ่งเป็น Shoppingclub สำหรับกลุ่มครอบครัวหนุ่มสาว ที่มักจะนำสินค้ามียี่ห้อมาลดราคา แบบ 2 - 3 วัน เป็นแบบช่วงลดราคาพิเศษ ถูกว่าราคาท้องตลาดสูงสุดถึงร้อยละ 70 บางครั้งก็นำ T-Shirts ของ Adidas หรือรองเท้าของ Geox มาทำโปรโมชั่น นาย Sven van den Bergh ผู้ก่อตั้งบริษัทกล่าวว่า “ลูกค้าที่ลงทะเบียนรับข่าวสารจากเราจะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาพิเศษ และมีสินค้าใหม่ๆ มาลดราคาทุกวัน” โดยถ้าลูกค้าคนไหนต้องการ ทางบริษัทก็จะคัดสรรสินค้าไว้ให้ก่อน ซึ่งแน่นอนไม่ได้จะมีสินค้าทุกอย่างในปริมาณที่ไม่จำกัด อีกทั้งบริษัทก็ไม่ได้ส่งสินค้าแบบ ณ วันที่สั่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะสามารถรับสินค้าได้ 1 สัปดาห์หลังจากนั้น แต่เมื่อค่อยๆ ทยอยซื้อทั้งปีแล้ว ลูกค้าที่พึ่งตั้งครอบครัวก็สามารถซื้อสินค้าได้ครบทุกอย่างจากบริษัท Limango ที่เป็นบริษัทลูกของบริษัท Otto อีกที ซึ่งคอน

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใด ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี นักแปลและล่ามภาษาไทย ที่ได้รับอนุญาตหรือได้รับมอบอำนาจจากศาลเยอรมัน / von Herr Thanit Hirungitrungsri Für die Berliner Gerichte und Notare ermächtigter Übersetzer der thailändischen Sprache

รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี นักแปลและล่ามภาษาไทย ที่ได้รับอนุญาตหรือได้รับมอบอำนาจจากศาลเยอรมัน / von Herr Thanit Hirungitrungsri Für die Berliner Gerichte und Notare ermächtigter Übersetzer der thailändischen Sprache
รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี นักแปลและล่ามภาษาไทย ที่ได้รับอนุญาตหรือได้รับมอบอำนาจจากศาลเยอรมัน / von Herr Thanit Hirungitrungsri Für die Berliner Gerichte und Notare ermächtigter Übersetzer der thailändischen Sprache
รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี / von Herr Thanit Hirungitrungsri

เซ็ปต์ดังกล่าวดูเหมือนจะดำเนินไปได้ด้วยดี บริษัทสามารถขยายยอดจำหน่ายขึ้นเป็น 3 เท่าตัว ตั้งแต่ปี 2012 เป็นต้นมา โดยในปัจจุบันยอดจำหน่ายอยู่ที่ 229 ล้านยูโร หรือมีการขยายตัวร้อยละ 23 โดยเฉลี่ยต่อปี เลยทีเดียว นาย Bergh กล่าวว่า “กลุ่มลูกค้าครอบครัวจัดว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื่อสัตย์มาก โดยพวกเขาจะเข้ามาเลือกดูสินค้าหลายครั้งต่อสัปดาห์ โดยเฉพาะลูกค้าสตรีที่กลับมาใช้บริการบ่อยครั้ง เพราะเราทำให้การใช้งานง่ายที่สุด” ซึ่งหนทางที่ง่ายที่สุดของผู้ประกอบธุรกิจ Online ในปัจจุบันก็คือ การร่วมงานกับ Amazon-Plattform แต่ก็ต้องยอมรับกับความเสี่ยงที่จะเข้าอยู่ในภาวะพึ่งพาผูกพันกับ Amazon-Plattform มาก แต่บริษัทอย่าง Limango ที่ไม่ต้องการที่จะเข้าอยู่ในวงจรของ Amazon ก็ต้องหาทางพยายามที่จะสร้างตัวตนหาทางแข่งขันกับร้าน Online จำนวนมหาศาลในเวลานี้ให้ได้ หรืออีกช่องทางหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบธุรกิจ Online สามารถแข่งขันกับรายใหญ่ได้ก็คือ การใส่ใจในการให้บริการอย่างที่บริษัท Bike-Components ได้ดำเนินไปจนธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างดี

นาย Philipp Simon ผู้ก่อตั้งบริษัท Bike-Components กล่าวว่า “เรามีพนักงานมากกว่า 180 ชีวิต และมีสินค้ากว่า 70,000 รายการ จาก 350 ยี่ห้อ ซึ่งลูกค้าไม่มีความชำนาญ และความรู้ที่เพียงพอว่าต้องการอะไร หรือสิ่งไหนสามารถใช้งานกับอะไรได้บ้าง การให้คำปรึกษาของพนักงานของเราอย่างเป็นสิ่งสามารถมัดใจลูกค้าไว้ได้” หรือการทำการตลาดแบบ Influencer ที่มีผู้ติดตามใน Instagram จำนวนมาก และเริ่มเข้ามาประกอบธุรกิจ E-Commerce เองบ้าง ซึ่งเหล่าแฟนพันธุ์แท้จำนวนมาก ก็พร้อมที่จะรอซื้อสินค้าจากบุคคลเหล่านี้ และสามารถจะมาแข่งกับ Amazon ได้บ้าง ตัวอย่างเช่นที่ นาง Carmen Kroll ที่มีนามว่า Carmenshka ใน Instagram ที่มีผู้ติดตามมากถึง 532,000 คน และพึ่งจำหน่ายเสื่อผ้ายี่ห้อ On April ที่สร้างขึ้นใหม่หมดภายในพริบตาหลังจากที่มีสินค้าออกสู่ตลาดไม่นาน อย่างไรก็ตามช่องทางเหล่านี้ก็ไม่สามารถที่จะหยุดอำนาจของ Amazon ได้ ในปีที่ผ่านมายอดจำหน่ายของ Amazon ในเยอรมนีขยายตัวขึ้นร้อยละ 17 ซึ่งยอดนี้ยังไม่รวมร้านค้าที่จำหน่ายผ่าน Amazon-Plattform ซึ่งบริษัทที่จะสามารถมีชีวิตรอดจากการแข่งขันในธุรกิจ E-Commerce เยอรมนีได้ก็ต้องเป็นบริษัทที่ดีที่สุดเพียงเท่านั้น

จาก Handelsblatt 19 กรกฎาคม 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 จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใด ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

รายงานโดยนาย ธนิต หิรัญกิจรังษี นักแปลและล่ามภาษาไทย ที่ได้รับอนุญาตหรือได้รับมอบอำนาจจากศาลเยอรมัน / von Herr Thanit Hirungitrungsri Für die Berliner Gerichte und Notare ermächtigter Übersetzer der thailändischen Sprache