



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน

(Weekly News from Berlin)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

30 กันยายน 2562

ข่าวภายในประเทศ และข่าวเศรษฐกิจ

บริษัทเสื้อผ้า Online ทาทางสู่ สิ้นค้าราคาถูก

การกระทำครั้งนี้ของ Primark เปรียบเหมือนการประกาศสงครามในวงการธุรกิจแฟชั่น โดยร้าน Primark ได้เปิดร้านสาขาตรงกันข้ามกับสถานีรถไฟหลักเมือง Bonn เป็นสาขาที่ 30 ของประเทศเยอรมนี ผู้บริหารหลักบริษัท Primark ประจำประเทศเยอรมนี นาย Wolfgang Krogmann กล่าวว่า “เรารู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่สามารถนำแฟชั่นทันสมัย ในราคาย่อมเยามาแนะนำเสนอให้กับลูกค้าในเมือง Bonn และเมืองใกล้เคียง ได้”



เพื่อการนี้ นาย Krogmann ได้นำสินค้าราคาถูกเป็นพิเศษอย่าง เสื้อกันหนาวพร้อมหมวกมาจำหน่ายในราคาตัวละ 10 ยูโรเท่านั้น ในเวลานี้บริษัทจำหน่ายสินค้าราคาถูกจากไอร์แลนด์ กำลังดำเนินนโยบายจู่โจมตลาดเชิงรุกกับบริษัทแฟชั่นที่ตั้งอยู่ก่อนหน้าอย่าง Peek & Cloppenburg (P&C) จากเมือง Düsseldorf หรือบริษัท Breuninger จาก Stuttgart ที่เน้นจำหน่ายสินค้าแฟชั่นยี่ห้อหรูเป็นหลัก ซึ่งพวกเขาก็พยายามที่จะหาทางมาได้อยู่ ในเวลาเดียวกันร้าน Online ที่ใหญ่ที่สุดในเยอรมนีอย่าง Zalando เองก็ขยายตลาด โดยเริ่มมาจำหน่ายสินค้าหรูเช่นกัน ผู้บริหารด้านสินค้าหรูของ Zalando นาง Lena-Sophie Röper กล่าวว่า “การบุกตลาดสินค้าหรูนั้นก็คือการเปลี่ยนแผนการตลาดของบริษัทของเรา โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทสามารถขยายธุรกิจสินค้าหรูยี่ห้ออย่าง Closed, Just Cavalli, Michael Kohrs หรือ Hugo ได้มากขึ้นเป็นเท่าตัว” และจนถึงช่วงเดือนมกราคมที่จะถึงนี้ ก็จะมีการเพิ่มสินค้ายี่ห้อหรูอย่าง Marc Cain, Vivienne Westwood หรือ Moschino Couture จนถึง Versace Jeans Couture เข้าไปอีก โดย Zalando พยายามที่จะขยายทางเลือกให้กับลูกค้ากับสินค้ายี่ห้อหรูน่าจะเกือบ 240 ยี่ห้อในช่วง 3 - 4 เดือนข้างหน้า ซึ่งการกระทำของ Zalando นี้ เปรียบเสมือนกับปฏิบัติการตอบสนองการบุกตลาดของ Amazon นั่นเอง ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นของบริษัท Boston Consulting Group (BCG) นาย Javier Seare กล่าวว่า “Amazon เข้ามาครอบครอง

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

ส่วนแบ่งตลาดสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นราคาในระดับกลาง จึงเป็นเหตุให้ผู้ประกอบการรายอื่นหันมาจำหน่ายสินค้าราคาสูงมากขึ้น เพราะ Amazon ในเวลานี้ยังไม่ใช่ Platform สำหรับสินค้าดังกล่าว” ซึ่งห้างร้านแบบ Offline อย่าง P&C เองก็ให้ความสำคัญกับสินค้าที่ห่อหุ้มมากขึ้น และหวังว่าจะได้กำไรกับสินค้ากลุ่มนี้เพิ่มขึ้น นาย John Cloppenburg หนึ่งในครอบครัว Cloppenburg กล่าวว่า “ในปีที่ผ่านมาเราสามารถขยายยอดขายของสินค้าที่ห่อหุ้มในปีที่ผ่านมา มากถึงร้อยละ 50” และเขายังได้กล่าวถึงสถานการณ์การค้า ต่อว่า “ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาเราได้ลงทุนในสินค้าที่ห่อหุ้ม เพื่อที่เราจะได้เข้าถึง และเอาใจกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นที่มีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้าให้ได้มากขึ้น” เช่น สินค้าที่ห่อ



Closed, Zadig & Voltaire, The Kooples หรือ Versace Jeans Couture เป็นต้น

ในเวลาเดียวกันบริษัท Cloppenburg วางแผนที่จะจำหน่าย Sneakers ราคาแพงเพิ่มมากขึ้นด้วยแน่นอนที่บริษัท Cloppenburg จากเมือง Düsseldorf ต้องปรับตัวสู้กับการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของบริษัท online อย่าง Zalando และพวกเขายังต้องรับมือกับลูกค้าที่ลดลงอีกด้วย จากข้อมูลของ BCG แสดงให้เห็นว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาร้านค้าในตัวเมืองสูญเสียลูกค้าไปกว่าร้อยละ 20 ซึ่งเมื่อมีลูกค้าเข้ามาในร้านสาขาลดลง P&C จึงต้องหาทางนำสินค้าที่มีราคาสูงขึ้นมาจำหน่าย โดยเน้นจำหน่ายในเมืองใหญ่ที่เป็นที่รู้จักในโลกอย่าง กรุงเบอร์ลิน Frankfurt หรือ Stuttgart เป็นต้น และในเมืองที่ประสบปัญหาลูกค้าลดลงอย่างหนักบริษัท P&C ก็ไตร่ตรองที่จะลดพื้นที่จำหน่ายสินค้าลง หรือแม้แต่ Zalando เองก็ต้องต่อสู้กับยอดขายที่ลดลง โดยยอดขายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาลดลงจาก 64.50 เป็น 56.40 ยูโร และเมื่อยอดจำหน่ายต่อ 1 กล่องที่ Zalando ส่งไปลดลงก็ส่งผลเสียกับยอดขายโดยรวมเช่นกัน อย่างไรก็ตามการที่ Zalando หรือ P&C เพิ่มสินค้าราคาแพงเข้าไปนั้น ก็มีความเสี่ยงที่จะเสียลูกค้าที่มีรายได้กลางๆ ไป จึงต้องคำนึงถึงเรื่องนี้ด้วย เป็นเหตุให้ P&C นำสินค้า House brand



อย่าง Montego เข้าไปด้วย นาย Cloppenburg กล่าวว่า “ลูกค้าไม่ได้คาดหวังกับการแข่งขันในกลุ่มสินค้าราคาเริ่มต้นอย่างสินค้าของ Primark กับบริษัทของเรา” โดยห้าง Breuninger มองไกลและกล้าเสี่ยงกว่า ผู้บริหารบริษัท Breuninger นาย Holger Blecker กล่าวว่า “สัดส่วนสินค้ายี่ห้อหรูอย่าง Gucci, Bottega Veneta หรือ Balenciaga ในห้างของเราสูงมาก และมีแนวโน้ม

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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



ที่จะมากขึ้นไปอีก” อย่างไรก็ตาม การที่เพิ่มสัดส่วนสินค้าหรูเข้าไปเพียงอย่างเดียวนั้นไม่น่าจะเพียงพอที่จะมาแข่งขันกับอำนาจของ Discounter หรือ Online Plattform ได้ง่ายๆ นาย Seara ผู้เชี่ยวชาญของ BCG กล่าวว่า “ห้างร้านใหญ่ๆ นั้น แพ้ในการแข่งขันด้านความสะดวกสบายในการซื้อสินค้ากับ Online Plattform เรียบร้อยแล้ว เหตุนี้เองที่ทำให้พวกเขาต้องหาคู่ต่อสู้ที่ดียิ่งขึ้น และเลือกหาสินค้าที่มีความพิเศษมากขึ้น พร้อมการทำแต้มกับการบริการที่ดีมาแข่งขันกับรูปแบบการค้าแบบใหม่ จึงจะอยู่รอดได้”

จาก Handelsblatt 30 กันยายน 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 ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด