ข่าวเด่นรายสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี

AMAZON พร้อมสู้กับ SWIGGY, ZOMATO ในศึกธุรกิจส่งอาหารอินเดีย

ที่มา: International Business Times, February 27, 2020

DITP

Call Center 1169
www.ditp.a.th
www.thaitrade.com

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี
Thai Trade Center-New Delhi, Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi 110057
Phone : +91 11 4326 8888 e-mail : thaidcnewdelhi@gmail.com

ธุรกิจ FOOD DELIVERY อินเดีย

ธุรกิจส่งอาหารกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอินเดีย โดยปัจจุบันมี Swiggy และ Zomato เป็นผู้นำตลาด Amazon บริษัทยักษ์ใหญ่จากสหรัฐอเมริกาเห็นศักยภาพในอุตสาหกรรมดังกล่าว จึงต้องการเข้ามามีส่วนแบ่งการตลาดเช่นกัน โดยตั้งเป้าจะเริ่มที่เมืองเบงกาลูรูก่อน ภายในเดือนมีนาคม 2563 นี้

ในขณะที่ผู้นำอย่าง Swiggy และ Zomato กำลังแข่งขันกันอย่างดุเดือด ทั้งการหั่นส่วนลดและการปรับโครงสร้างราคาต่าง ๆ จนกำไรหดหาย Amazon กลับเห็นว่านี่คือช่วงเวลาที่เหมาะสมที่จะเข้ามาเป็นคู่แข่ง

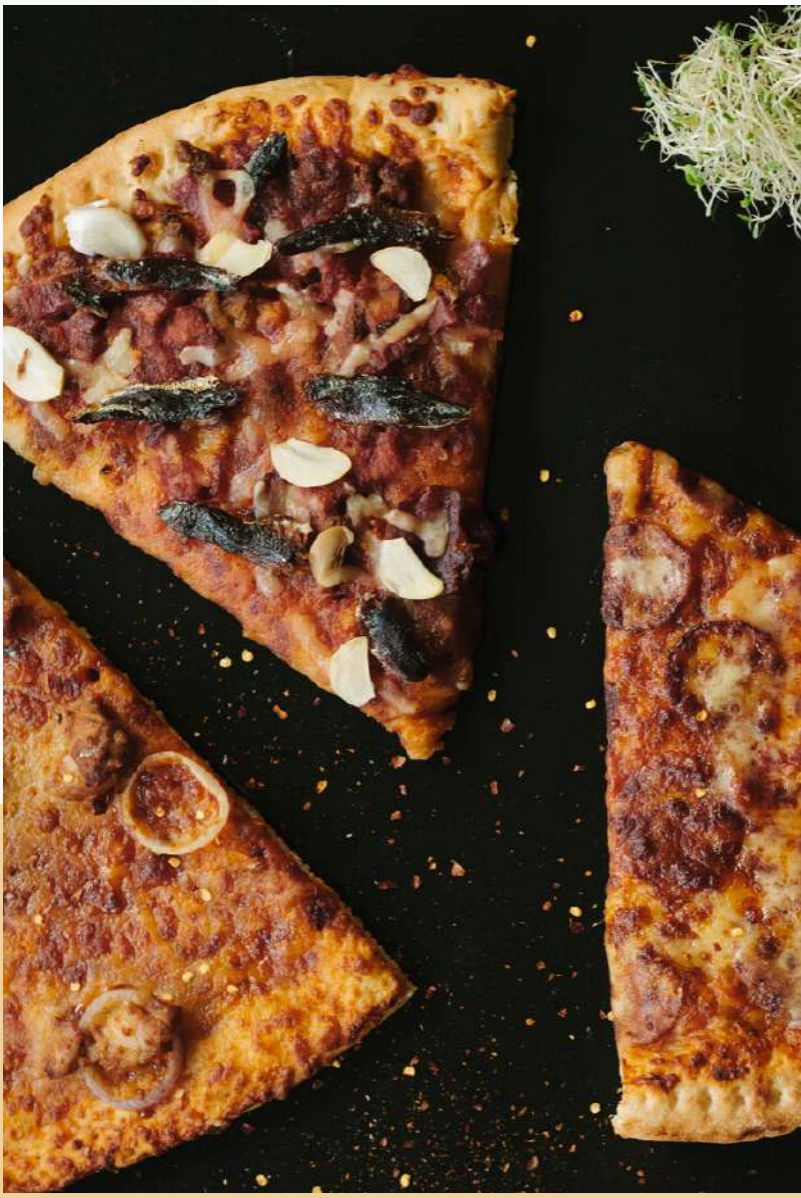
แม้แต่ Uber ที่ให้บริการ UberEats India ก็ได้ขายกิจการให้แก่ Zomato ในเดือนมกราคมที่ผ่านมา แต่ก็ยังถือหุ้นในสัดส่วน 10% เพราะมั่นใจว่าธุรกิจจะยังคงเติบโตต่อไปได้

AMAZON กับธุรกิจส่งอาหาร

การเข้ามาเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกในธุรกิจส่งอาหารเป็นแผนการของ Amazon ที่จะทำให้รายการสินค้าของตนครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะสำหรับลูกค้าสำคัญของตนที่เป็นสมาชิก Amazon Prime รวมทั้งต้องการรวบกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคในเมืองใหญ่ของอินเดียซื้อซ้ำได้อย่างสะดวกให้เป็นไปอย่างไร้รอยต่อ

โดยธุรกิจส่งอาหารของ Amazon จะเปิดตัวในเมืองเบงกาลูรูเป็นที่แรกผ่านแอป Prime Now และจะเก็บค่าคอมมิชชั่นจากร้านอาหารหุ้นส่วนของตนเพียงครึ่งหนึ่งของ Zomato และ Swiggy ทำให้ร้านอาหารได้รับส่วนแบ่งเพิ่มขึ้น

ความร่วมมือและการแข่งขันในอินเดีย



เพื่อจะแข่งขันกับผู้นำตลาดให้ได้ Amazon ต้องลงทุนไปกับระบบโลจิสติกส์ ระบบร้านอาหาร การตลาด และเทคโนโลยีที่จะขยายธุรกิจของตนในอินเดียให้ได้

แม้ Swiggy และ Zomato ยังได้รับเงินลงทุนอย่างต่อเนื่อง เช่น Swiggy ที่ได้รับเงินลงทุนจาก Prosus Ventures อีก 113 ล้านเหรียญสหรัฐในเดือนมกราคมที่ผ่านมา (ซึ่งเป็นช่วงเดียวกับที่ Zomato ซื้อ UberEats India ในราคา 350 ล้านเหรียญสหรัฐ) โดยรวมกันแล้วทั้งสองบริษัทสามารถระดมเงินทุนได้ 2 พันล้านเหรียญสหรัฐรวมกัน แต่ก็ยังขาดทุนมากกว่า 15 ล้านเหรียญสหรัฐต่อเดือน เพราะต้องใช้จ่ายไปกับการรักษาลูกค้าเก่าและดึงดูดลูกค้าใหม่

DITP

Call Center 1169
www.ditp.a.th
www.thaitrade.com

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี
Thai Trade Center-New Delhi, Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi 110057
Phone : +91 11 4326 8888 e-mail : thaidcnewdelhi@gmail.com

แล้วบริการส่งอาหารของ AMAZON จะทำกำไรได้หรือไม่?

ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจส่งอาหารให้ความเห็นว่าธุรกิจส่งอาหารในอินเดียมีตัวเลือกไม่มาก นอกจากการลดราคาอาหารบนแพลตฟอร์มของตน มิเช่นนั้นลูกค้าอาจจะไม่มีกำลังจ่ายหรือไม่เลือกใช้บริการของตนได้ ไม่เหมือนกับธุรกิจส่งอาหารในตลาดที่พัฒนาแล้วอย่างเช่นสหรัฐอเมริกา ที่ธุรกิจนี้สามารถทำกำไรได้เพราะอาหารแต่ละรายการมีราคาอย่างน้อย 33 เหรียญสหรัฐ แต่การจะทำเช่นนี้ในอินเดียถือว่ามีความท้าทายอย่างมาก เพราะในปัจจุบัน อาหารรายการหนึ่งอาจมีราคาเพียง 4 เหรียญสหรัฐเท่านั้น

ด้วยเหตุนี้ Swiggy และ Zomato จึงได้แก้ปัญหาโดยการขยายธุรกิจให้ครอบคลุมมากกว่าการส่งอาหารเพียงอย่างเดียว โดย Swiggy กลายมาเป็นเครือข่าย cloud kitchen ที่ใหญ่ที่สุดในอินเดีย และ Zomato กำลังพัฒนาโครงการ “Project Kisan” ที่จะเป็นตัวกลางในการไปรับผลผลิตจากเกษตรกรและชาวประมงโดยตรงเพื่อควบคุมวัตถุดิบที่จะจัดส่งให้แก่ร้านอาหารที่ร่วมมือกับตนให้ได้

นอกจากนี้ บริการของ Swiggy ยังครอบคลุมถึง 520 เมืองในอินเดีย และมีร้านอาหารหุ้นส่วนมากกว่า 160,000 ร้าน และตั้งเป้าจะเพิ่มอีก 10,000 ร้านต่อเดือน ซึ่งหมายความว่านี่ไม่ใช่เรื่องง่ายเลยสำหรับ Amazon เลยที่จะเจาะตลาดธุรกิจส่งอาหารในอินเดียได้

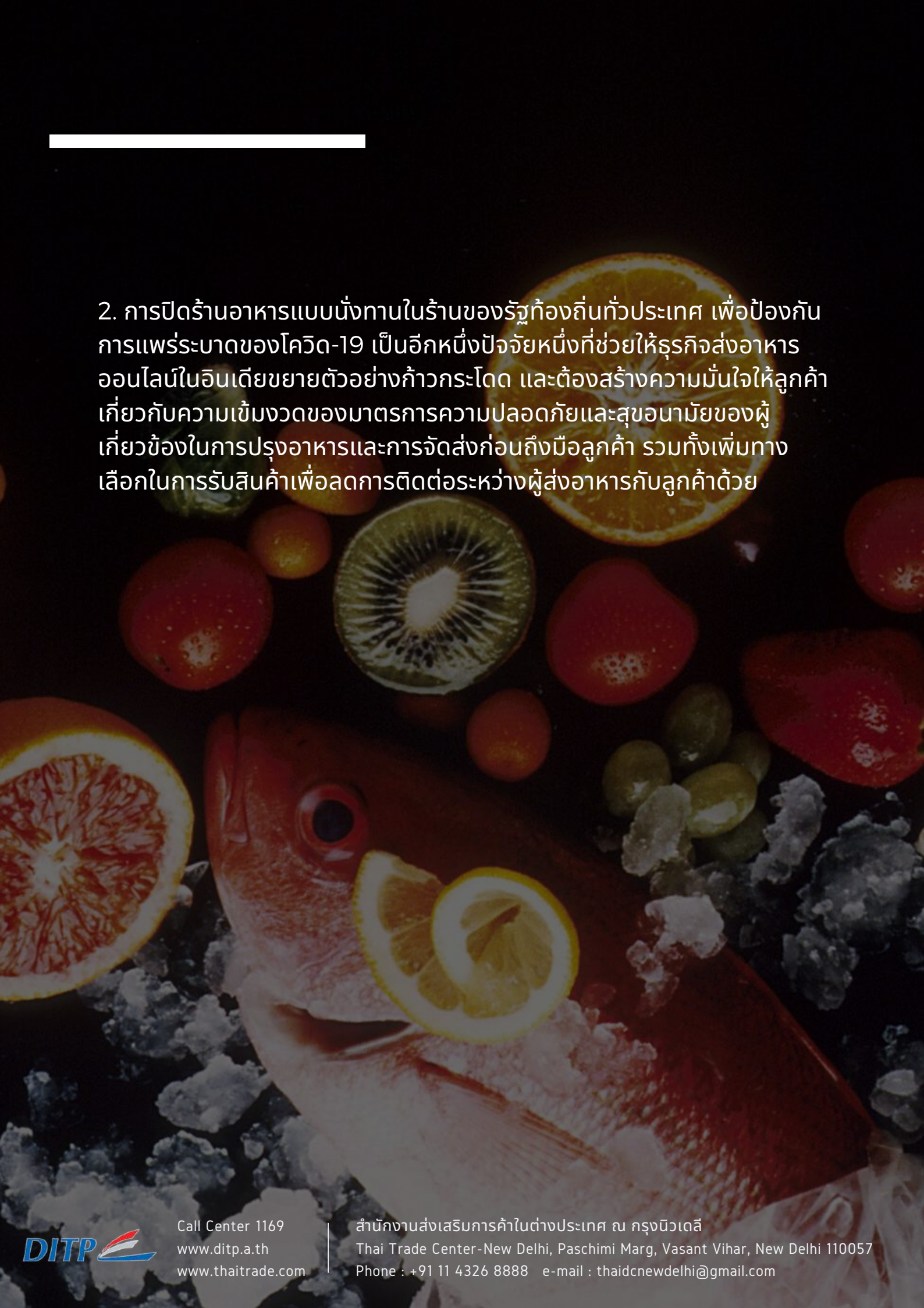
DITP
Call Center 1169
www.ditp.a.th
www.thaitrade.com
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี
Thai Trade Center-New Delhi, Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi 110057
Phone : +91 11 4326 8888 e-mail : thaidcnewdelhi@gmail.com

ข้อคิดเห็นสำหรับผู้ประกอบการไทย

1. แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในอินเดียปัจจุบัน นิยมการสั่งซื้ออาหารแบบออนไลน์มากขึ้น (Food Delivery) อาจมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น กิจกรรมต่างๆในชีวิตประจำวันที่ทำให้ยุ่งมากขึ้นจนไม่มีเวลาตรียมอาหารเอง ความสะดวกสบายที่ต้องการได้รับเนื่องจากความเหนื่อยล้าในแต่ละวัน รวมไปถึงการประหยัดเวลาเดินทางไปซื้อด้วยตนเองเนื่องจากสภาวะการจราจรที่ติดขัดในเมืองใหญ่ และด้วยประชากรจำนวนมหาศาลในอินเดีย บวกกับขนาดเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผู้ประกอบการหลายรายสนใจลงทุนในอุตสาหกรรม Food Delivery มากขึ้น และความจริงแล้วไม่ใช่แค่ธุรกิจอาหารเท่านั้น แต่ธุรกิจค้าขายออนไลน์ในสินค้าและบริการด้านอื่นๆ ในอินเดีย ก็มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเช่นกัน โดยข้อมูลจาก India Brand Equity Foundation (IBEF) ระบุว่าตลาดอีคอมเมิร์ซของอินเดียคาดว่าจะเติบโตปีละประมาณ 20% จนถึง 84 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2564 และ 200 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2570 และในปัจจุบันชาวอินเดียซื้อขายสินค้าออนไลน์ประมาณ 1-1.2 ล้านครั้งต่อวัน โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้า ของตกแต่งบ้าน เป็นต้น [*1]

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี
Thai Trade Center-New Delhi, Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi 110057
Phone : +91 11 4326 8888 e-mail : thaidcnewdelhi@gmail.com

2. การปิดร้านอาหารแบบนั่งทานในร้านของรัฐท้องถิ่นทั่วประเทศ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นอีกหนึ่งปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้ธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในอินเดียขยายตัวอย่างก้าวกระโดด และต้องสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าเกี่ยวกับความเข้มงวดของมาตรการความปลอดภัยและสุขอนามัยของผู้เกี่ยวข้องในการปรุงอาหารและการจัดส่งก่อนถึงมือลูกค้า รวมทั้งเพิ่มทางเลือกในการรับสินค้าเพื่อลดการติดต่อระหว่างผู้ส่งอาหารกับลูกค้าด้วย



DITP
Call Center 1169
www.ditp.a.th
www.thaitrade.com
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี
Thai Trade Center-New Delhi, Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi 110057
Phone : +91 11 4326 8888 e-mail : thaidcnewdelhi@gmail.com

3. สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ กรุงนิวเดลี เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคดังกล่าว เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยที่มีแผนจะขยายธุรกิจตนเองมายังอินเดียต้องศึกษาข้อมูลและรูปแบบการตลาดที่เหมาะสมกับสินค้าตนเองให้ชัดเจน ก่อนเข้ามาชิงส่วนแบ่งในตลาดนี้

ในขณะที่ธุรกิจ Food Delivery ในประเทศไทยเอง ก็กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดมีอยู่จำนวนน้อยราย เช่น GrabFood, LINEMAN, Foodpanda เป็นต้น และกำลังพยายามอย่างมากที่จะรักษาฐานลูกค้าของตนไว้ อย่างไรก็ตาม ยังคงมีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรมนี้ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่า ธุรกิจส่งอาหารของไทยในปี 2562 มีมูลค่าประมาณ 33,000–35,000 ล้านบาท เติบโตต่อเนื่องราวร้อยละ 14 จากปีก่อน และคิดเป็นร้อยละ 8 ของมูลค่าธุรกิจร้านอาหารของประเทศไทยในปี 2562 [*2]

ผู้ประกอบการไทยด้านธุรกิจร้านอาหารจึงควรต้องปรับตัวโดยการทำให้ลูกค้าออนไลน์เข้าถึงตนให้ได้ เช่น การร่วมมือกับธุรกิจบริการส่งอาหารเหล่านี้ หรือเพิ่มบริการส่งอาหารออนไลน์ของตนเองขึ้นมา มิเช่นนั้นอาจจะกลายเป็นร้านอาหารที่ถูกลืมได้ เพราะปัจจุบันผู้บริโภคไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านคุณภาพอย่างเดียวอีกต่อไป แต่รวมถึงการบริการที่ครอบคลุมด้วย ส่วนผู้ให้บริการธุรกิจ Food Delivery ที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้วในปัจจุบัน อาจจะปรับใช้กลยุทธ์ดังเช่น Swiggy หรือ Zomato ของอินเดียทำ เช่น ขยายธุรกิจโดยการเป็นตัวกลางในการไปรับและจัดส่งผลผลิตให้แก่ร้านอาหารหุ้นส่วนของตน เพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิต หรือตั้งตัวเป็น cloud kitchen หรือ co-cooking space ที่สามารถให้ผู้ประกอบอาหารสามารถมาเช่าครัวทำอาหารเป็นครั้งๆ ไปได้ ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการผลิตได้เช่นกัน

[*1] IBEF. [2019]. E-commerce Industry in India. [Retrieved from www.ibef.org].
[*2] Marketeer Online. [2019]. สงครามแอป “ส่งอาหาร” ทำธุรกิจ Food Delivery พุ่ง 35,000 ล้าน. [Retrieved from www.marketeeronline.co].

DITP
Call Center 1169
www.ditp.a.th
www.thaitrade.com

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี
Thai Trade Center-New Delhi, Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi 110057
Phone : +91 11 4326 8888 e-mail : thaidcnewdelhi@gmail.com