

ความเชื่อมั่นของชาวสเปนในช่วงวิกฤติ COVID-19

สศต. ณ กรุงมาดริด ประเทศสเปน

ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ : ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 45 มีความเห็นว่าเศรษฐกิจสเปนจะเริ่มฟื้นตัวในช่วง 6-12 เดือนหลังจากสถานการณ์ COVID-19 คลี่คลาย และจากนั้นจะอยู่ในภาวะชะลอตัว

พฤติกรรมการซื้อขาย : แม้การซื้อขายอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์จะเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 20-22 แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางปกติ (physical store) ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ประกอบด้วย ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย จำนวนผู้ใช้บริการไม่หนาแน่น ราคา ความหลากหลายของสินค้า โปรโมชั่นของสินค้า ระยะเวลาเปิดให้บริการ และการบริการจัดส่ง

ธุรกิจที่ได้รับความนิยมในช่วงวิกฤติ COVID-19 : ธุรกิจหลายประเภทมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องภายหลังสถานการณ์ COVID-19 คลี่คลาย ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ได้แก่

- 1) การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่
- 2) การให้คำปรึกษาทางการแพทย์หรือบริการเกี่ยวเนื่องทางไกล (remote consultation)
- 3) การบริการซ่อมบำรุงรถยนต์แบบ contact-less โดยมีบริการรับ-ส่งรถจากบ้าน
- 4) การเรียนการสอน/สัมมนาทางไกล
- 5) การให้คำปรึกษาด้านธุรกรรมทางการเงิน
- 6) การให้คำปรึกษาด้านเทคนิค (ระบบไฟฟ้าและโทรคมนาคม)
- 7) การให้คำแนะนำด้านความสวยงาม

โอกาสของผู้ประกอบการไทยในช่วงวิกฤติ COVID-19

1. COVID-19 มีผลให้ผู้บริโภคชาวสเปนส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่ในที่พัก โดยกิจกรรมที่เป็นที่นิยมอย่างหนึ่งคือการทดลองปรุงอาหารประเภทใหม่ๆ รวมถึงอาหารเอเชีย กอรปกับมีการทดลองซื้อแบรนด์ที่ไม่เคยใช้มาก่อน จึงเป็นโอกาสของสินค้าแบรนด์ไทยที่ใช้ในการประกอบอาหาร อาทิ กะทิ ซอสปรุงรส และเครื่องแกงสำเร็จรูป เป็นต้น
2. การให้บริการทางไกลจะมีบทบาทขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในยุค new normal ดังนั้น ธุรกิจด้าน content หรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเทคโนโลยี รวมถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์ก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีโอกาสสดใสในสเปนด้วยเช่นกัน