

รายงานแพลตฟอร์ม E-commerce ต่างๆในเกาหลีใต้ กำลังต่อสู้กันเพื่อแย่งชิง ส่วนแบ่งในตลาดช้อปปิ้งออนไลน์ ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว



เกิดกระแสการเร่งปรับโครงสร้างรูปแบบ E-commerce ในเกาหลีใต้ เนื่องจากผู้นำในตลาด เช่น Coupang ได้ก้าวไปไกลแล้ว ทั้ง ในด้านการประหยัดต่อขนาด และลดการขาดทุนลงได้ ทางด้าน TMON เลือกที่จะก้าวไปเป็นบริษัทมหาชน หลังจากที่ล้มเหลวในการหา Buyer ก่อนหน้านี้ TMON เคยทาบทาม Lotte Shopping และผู้ค้าปลีกรายใหญ่รายอื่นๆ เพื่อขยายบริการในตลาด E-commerce แต่ไม่สำเร็จ

ขณะนี้ TMON จึงกำลังมองหาผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ เพื่อเสนอขายหุ้น IPO ให้ได้ทันภายในปี 2564 จากการทำกำไรได้ 160 ล้านวอน (131,341 เหรียญสหรัฐฯ) เมื่อเดือนมี.ค. 63 ทำให้ TMON กลายเป็นบริษัทแรกในบรรดาผู้บุกเบิกตลาด E-commerce ซึ่งรวมถึง Coupang และ WeMakePrice ที่พลิกฟื้นกิจการได้สำเร็จ นับตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการมาตั้งแต่ปี 2553 และเพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไร TMON ได้สร้างความแข็งแกร่งในธุรกิจที่สร้างส่วนต่างสูง เช่น Time Commerce ที่ขายสินค้าต่างๆในราคาที่ต้องการได้ ในช่วงเวลาหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันก็กำจัดหมวดหมู่อินค้า ที่มีต้นทุนสูงอย่างสินค้าอุปโภคบริโภคและ Super Mart ที่เป็นช่องทางการขายอาหารสดใหม่ออกไป TMON หวังว่าจะยังสามารถรักษากำไรไว้ให้ได้ตลอดปี 2563 นี้เพื่อสร้างความหวังอันสดใสให้แก่ผู้ที่จะเข้าซื้อหุ้น IPO ของบริษัท

ทางด้าน 11st Street แพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ ภายใต้บริษัท SK Telecom ก็กำลังพิจารณาการเสนอขายหุ้น IPO ในปี 2564 หลังจากที่พลิกกลับมาทำกำไร จากการดำเนินการได้เมื่อปี 2562 บริษัทจึงวางแผนว่าจะโฟกัส ที่การเพิ่มความสามารถในการทำกำไรในปี 2563 ทางด้าน Market Kurly แพลตฟอร์มตลาดขายสินค้าอุปโภคบริโภคแบบบริการส่งถึงหน้าบ้าน และเป็นบริษัทแรกในอุตสาหกรรมที่แนะนำให้ผู้บริโภครู้จักกับการควบคุมอุณหภูมิใน Supply Chain นั้น ทางบริษัทเองก็กำลังมองหาทางระดมทุนเพิ่ม หลังจากที่เคยได้รับเงินลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติมา 135 พันล้านวอนเมื่อปี 2562 ถึงแม้ว่าปี 2562 Market Kurly ได้รายรับ 428.9

พันล้านบาท ซึ่งนับว่าพุ่งสูงขึ้นถึง 173% เมื่อเทียบกับปี 2561 แต่ก็ขาดทุนจากการดำเนินงานมากกว่า 2 เท่า ที่ 98.6 พันล้านบาท

Earnings of Korea's major e-commerce platforms

* : as of 2018		(in billion won)	
Company	Sales	Operating profit	
eBay Korea*	981.2	48.6	
Interpark	509.3	16.3	
11st Street	530.5	1.4	
TMON*	500.7	-127.9	
WeMakePrice	465.3	-75.3	
Market Kurly	428.9	-98.6	

(Source: each company)

นอกจากนี้ยังมีข่าวลือว่า eBay ซึ่งเป็นบริษัท E-commerce ยักษ์ใหญ่ของสหรัฐฯ กำลังหาทางขายการดำเนินงานในเกาหลีใต้ทั้งหมดรวมถึง Gmarket, Auction และ G9 หลังจากที่เปลี่ยนรูปแบบบริษัท eBay Korea จากบริษัทจำกัด (Inc.) มาเป็นบริษัท (LLC) ซึ่งมีสถานะเป็นบริษัทจำกัดความรับผิดชอบหนี้สิน เมื่อปลายปี 2562 อย่างไรก็ตาม eBay Korea ปฏิเสธข่าวลือดังกล่าว แต่ก็อาจจะลงเอยด้วยการขายหุ้น ที่อาจมีมูลค่าสูงถึงเกือบ 5 ล้านล้านบาท และอาจจะกลายเป็นข้อตกลงควบรวม และซื้อกิจการค้าปลีก ที่มีมูลค่าสูงที่สุดในประเทศเกาหลีใต้ประจำปี 2563 ก็เป็นไปได้ ทางด้านแพลตฟอร์ม WeMakePrice ระบุในรายงานการตรวจสอบบัญชีเมื่อวันที่ 8 เม.ย. 63 ว่าประสบผลขาดทุนจากการดำเนินงาน 2 เท่า ที่ 75.8 พันล้านบาทในปี 2562 แต่ปริมาณการซื้อขายและรายได้มีเพิ่มขึ้น สุดท้ายคือแพลตฟอร์ม Interpark ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนอยู่ใน KOSDAQ ยังคงรักษาการเติบโตอย่างสม่ำเสมอของกำไรจากการดำเนินงานรายปีไว้ได้

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล ได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงในการตลาดของ eCommerce ในเกาหลีใต้ ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เปลี่ยนแปลงไป หันมาซื้อสินค้าทางออนไลน์กันมากขึ้น ดังนั้น สคต.ณ กรุงโซล จึงปรับแผนในการส่งเสริมการขายสินค้าไทย ร่วมกับ ห้างสรรพสินค้า และ ซูเปอร์มาร์เกต มาเน้นการโปรโมทในตลาดออนไลน์มากขึ้น ในแพลตฟอร์มที่สำคัญๆ ได้แก่ Coupang, Naver, 11st, WeMakePrice และ Interpark ซึ่งคาดว่าจะขยายตลาดสินค้าไทยในแพลตฟอร์มของเกาหลีให้มากขึ้น เช่นเดียวกับสินค้าไทยทุกประเภทใน Coupang ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึง 56,503 sku ในปัจจุบัน

ที่มา : <https://www.mk.co.kr/news/english/view/2020/04/404363/>