



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน

(Weekly News from Berlin)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

4 กันยายน 2563

ข่าวภายในประเทศ และข่าวเศรษฐกิจ

ยุคทอง กลุ่มค้าปลีก Discounter

ตัวเลขที่จะอ้างอิงหลังจากนี้ เป็นตัวเลขที่ได้ยืนยันแล้ว ทำให้กลุ่มค้าปลีกรู้สึกปวดท้องไปตามๆ กัน ในปีที่ผ่านมา กลุ่มร้านค้าปลีกทั่วไป ได้ลงทุนในด้านการปรับปรุงร้านค้า ด้านเทคนิค จนทำให้ร้านค้าดูหรูหราทันสมัย รวมกันสูงถึง 7.9 พันล้านยูโร ซึ่งหมายความว่า เม็ดเงินที่ลงทุนไปในการปรับปรุงร้านสาขาสูงขึ้น ร้อยละ 15 ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา แม้ว่าลูกค้า จะเริ่มซื้อสินค้า Online มากขึ้นกว่าที่จะเข้าไปซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกทั่วไป ซึ่ง



วิกฤติ Covid-19 ที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน ทำให้การลงทุนในร้านค้าปลีก แทบจะไร้ค่าไปในทันที โดยหลังจากที่ร้านค้าปลีกจำนวนมาก ต้องทยอยปิดตัวลง และยิ่งชัดเจนขึ้นว่า สิ่งที่ถูกคาดหวังการในเวลานี้ ก็คือ การได้รับสินค้าที่ส่งผ่านระบบ Online อย่างไร ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งสภาวะทางเศรษฐกิจที่ไม่คงที่ อย่างเช่นในปัจจุบัน ทำให้ลูกค้าส่วนหนึ่ง ก็จะชะลอการบริโภคสินค้าที่ไม่มีความจำเป็นก่อน และจะซื้อสินค้าที่มีความจำเป็นกับการใช้ชีวิตประจำวัน เท่านั้น ผู้ประกอบการค้าปลีกจำนวนมาก รู้สึกได้ถึงความไร้ซึ่งอารมณ์ ที่ต้องการจะบริโภคสินค้า ในปัจจุบัน ได้อย่างชัดเจน ซึ่งพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ลดลง โดยคาดหวังว่าจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเพียงชั่วคราว และแล้วผู้บริโภคจะกลับมาบริโภคแบบเก่าเหมือนกับช่วงก่อนวิกฤตินั้น ก็ต้องรอรับความผิดหวังไปได้เลย โดยหลังจากที่กลุ่มผู้ค้าปลีกสามารถกลับมาให้บริการได้ตามปกติแล้ว แต่ยอดจำหน่ายสินค้า ก็ไม่ได้กลับมาขยายตัวด้วย ไม่ใช่เพราะเพียงแค่มาตรการการบังคับให้ใส่หน้ากากในร้านค้าปลีก หรือข้อบังคับให้ต้องเว้นระยะห่างในเวลาที่เลือกซื้อสินค้า เท่านั้น ที่ทำให้ผู้บริโภคลดการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกลง แต่ผู้บริโภคจำนวนมาก ที่ประสบปัญหาด้านรายได้ ก็ต้องลดการซื้อสินค้าลง เช่นกัน อีกทั้ง ผู้บริโภคจำนวนหนึ่ง ก็ได้กลับมาคิดไตร่ตรองมากขึ้น

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

ถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยม ในช่วง Lockdown เสีย
ใหม่อีกด้วย

ซึ่งเหตุผลต่างๆ ที่กล่าวมา ทำให้สามารถ
เรียกได้ว่า ช่วงเวลานี้ ทำให้กลายเป็นยุคทอง
ของร้านค้าปลีกแบบ Discounter ไปโดยอัตโนมัติ
โดยเมื่อผู้บริโภคจำนวนมาก ต้องระมัดระวังใน
การใช้เงินในการใช้จ่ายสินค้ามากขึ้น ผู้ที่ได้รับผล
ประโยชน์จากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนี้รายแรกๆ
ก็คือ ร้านค้าแบบ Discounter ที่จะเน้นสินค้า



ราคาถูก อย่างเช่น Aldi หรือ Lidl แม้แต่ในธุรกิจแฟชั่นเอง ร้านแฟชั่นแบบ Discounter อย่างเช่น Kik
หรือ Takko ก็ได้รับผลประโยชน์จากวิกฤติ Covid-19 ไปเช่นกัน โดยได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าราย
ใหม่จำนวนมาก ที่ปกติจะไม่นิยมซื้อสินค้าจากร้านค้า Discounter ซึ่งผู้ค้าปลีกรายอื่นๆ ก็ต้องรีบปรับ
ตัวให้เข้ากับความจริงที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ให้เร็วที่สุด เพราะโดยปกติแล้วร้านค้าแบบ Discounter
ไม่ได้จำหน่ายสินค้าด้วยคุณภาพแต่อย่างใด แต่ใช้ประโยชน์จากการบริหารสินค้าจำนวนมาก อย่าง
มีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะให้ร้านค้า สามารถจำหน่ายสินค้าในราคาประหยัดได้ ซึ่งร้านค้าปลีกไหน ไม่
สามารถปรับตัวเข้ามาในตลาดเพื่อจะแข่งขันกับร้านค้าปลีกแบบ Discounter ได้ในเวลานี้ ก็จะสามารถ
สูญเสียกลุ่มผู้บริโภค ที่เน้นการซื้อสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไปได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังอาจ
จะเสียกลุ่มลูกค้าดังกล่าวไปตลอดกาล ซึ่งสินค้ามีการขายยี่ห้อเพียงอย่างเดียว ก็ไม่เพียงพอแล้ว หรือ
สินค้าที่จะเน้นการโฆษณาที่ดูและฟังสวยหูเพียงอย่างเดียว จนสามารถที่จะเรียกราคาของสินค้าสูงได้ ก็
ไม่เพียงพอแล้วเช่นกัน

จาก Handelsblatt 4 กันยายน 2563

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 ข้อมูลไปใช้
ไม่ว่าโดยทางใด