

## คาดการณ์การค้าออนไลน์ในสหราชอาณาจักรช่วงเทศกาลคริสต์มาส



**ข้อเท็จจริง** IMRG ซึ่งเป็นสมาคมธุรกิจการค้าออนไลน์ของสหราชอาณาจักร ได้คาดการณ์ว่า ช่วงเทศกาลคริสต์มาสปีนี้ (เดือนธันวาคม) ยอดจำหน่ายสินค้าช่องทางออนไลน์จะเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก โดยร้านค้าออนไลน์ต่างๆ ได้เตรียมรับมือกับความต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น ในส่วนร้านค้าปลีก เช่น Boots เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่าย ดังนั้น ราคาสินค้าจะเป็นปัจจัยสำคัญในการซื้อสินค้า โดยทางบริษัทฯ ได้เตรียมการเพื่อให้สามารถรองรับยอดสั่งซื้อสินค้าในช่องทางออนไลน์ที่อาจจะเพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าในช่วงเทศกาลคริสต์มาส ทั้งนี้ ยังได้มีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 60 ปี โดยการเตรียมให้บริการในช่วงเวลาพิเศษสำหรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

บริษัท Yodel ซึ่งเป็นบริษัทขนส่งพัสดุ (Parcel Couriers) รายใหญ่ในสหราชอาณาจักร ก็ได้มีการเตรียมความพร้อมโดยรับสมัครพนักงานขับรถอีก 2,500 ตำแหน่ง และ พนักงานคัดแยกพัสดุ 500 ตำแหน่ง โดยคาดว่าจะมีพัสดุที่ต้องส่งในช่วงคริสต์มาสเพิ่มขึ้นอีกกว่า 1 ล้านชิ้น

การระบาดของไวรัส COVID-19 ได้ส่งผลให้ยอดจำหน่ายสินค้าช่องทางออนไลน์ของสหราชอาณาจักรมีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 40 – 50 โดย IMRG คาดว่า ยอดการจำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์ในช่วงเทศกาลคริสต์มาสจะเพิ่มขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 30 ซึ่งหากร้านค้าปลีกต้องปิดในช่วงดังกล่าวเพื่อป้องกันการระบาดของไวรัส COVID-19 ก็จะส่งผลให้ยอดจำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์ในช่วงเทศกาลคริสต์มาส เพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 50 อย่างไรก็ตาม IMRG เห็นว่า ร้านค้าออนไลน์อาจจะไม่สามารถรับมือกับยอดสั่งซื้อสินค้าในช่วงเวลาที่สุดท้ายก่อนถึงเทศกาลคริสต์มาสได้ โดย IMRG ได้แนะนำให้ผู้บริโภคเริ่มจับจ่ายสินค้าตั้งแต่เดือนตุลาคมเป็นต้นไปจนถึงเดือนพฤศจิกายน แต่ก็ไม่แนะนำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อกักตุน

บริษัท Klarna (บริษัทให้ผ่อนชำระเงินจากการซื้อสินค้า) ได้สำรวจผู้ใช้บริการของบริษัท จำนวน 2 พันคน พบว่า ร้อยละ 56 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีแผนที่จะจับจ่ายสินค้าสำหรับเทศกาลคริสต์มาสในช่องทางออนไลน์ เพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดของย่านช้อปปิ้ง รวมทั้ง ข้อจำกัดในการจับจ่ายสินค้าในร้านค้าจากมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม

 นโยบายภาครัฐ

 เศรษฐกิจการลงทุน

 แนวโน้มการตลาด

 รายงานสินค้าและบริการ

 อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน  
ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน  
11 Hertford Street, Mayfair,

Phone : +44 207 4935749

e-Mail :  
info@thaitradelondon.com

เช่น การจำกัดจำนวนผู้ใช้บริการในร้าน ทั้งนี้ กว่าร้อยละ 30 ของผู้ตอบแบบสอบถาม คาดว่าจะลดการจับจ่าย สำหรับเทศกาลคริสต์มาส ในขณะที่ ร้อยละ 12 ของผู้ตอบแบบสอบถาม คาดว่าจะจับจ่ายสำหรับเทศกาลคริสต์มาส เพิ่มขึ้นจากปี 2019 ที่ผ่านมา โดยบริษัท Klarna เห็นว่า ความสำเร็จของห้างค้าปลีกในช่วงเทศกาลคริสต์มาสนี้ จะเป็นตัวบ่งบอกอนาคตทางธุรกิจของห้างค้าปลีก (make or break)

ที่มา: BBC News, Fashion United และ Speciality Food

**ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สศต.** จากข้อมูลวิจัยล่าสุดของบริษัท Ubamarket ซึ่งเป็นบริษัทจัดทำแอปพลิเคชัน สำหรับการจ่ายเงินด้วยการสแกนบาร์โค้ด ได้คาดการณ์ว่า ยอดจำหน่ายสินค้า Grocery ช่องทางออนไลน์ในสหราชอาณาจักร ในช่วงการระบาดของไวรัส COVID-19 ในช่วงหลายเดือนที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 33 ซึ่งจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ในสหราชอาณาจักรที่เพิ่มขึ้นในขณะนี้ Ubamarket ได้คาดว่ายอดจำหน่ายสินค้า Grocery ช่องทางออนไลน์ในสหราชอาณาจักร จะเพิ่มขึ้นอีกเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงมีความกังวลในการรักษาระยะห่างทางสังคมในขณะการเดินทางจับจ่ายสินค้าและชำระเงิน

อย่างไรก็ดี การจำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของช่วงเวลาการขนส่งสินค้าที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคและการจัดการสินค้าในคลังสินค้า โดย บริษัท Kooomo ซึ่งเป็นบริษัท E-Commerce เห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ คือ ราคาที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ (competitive) การขนส่งที่รวดเร็ว และประสบการณ์ของลูกค้าจากการใช้บริการเว็บไซต์ ทั้งนี้ บริษัท Kooomo เห็นว่า ธุรกิจรายเล็กต้องมีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งการออกแบบเว็บไซต์ให้มีความ น่าดึงดูดและง่ายต่อการใช้งาน รวมถึงเนื้อหาของเว็บไซต์ก็เป็นสิ่งสำคัญ ยิ่งผู้บริโภคใช้เวลาในเว็บไซต์นานเท่าไร ยิ่งมีโอกาสที่จะซื้อสินค้ามากขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้ การทำให้ประสบการณ์ซื้อสินค้าออนไลน์เสมือนการซื้อสินค้าในร้าน การใช้โซเชียลมีเดียในการเชื่อมต่อกับผู้บริโภค รวมทั้ง ความยืดหยุ่นในการชำระเงิน ก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ตลอดจนมาตรการ Social Distancing เพื่อลดการระบาดของไวรัสดังกล่าวนี้ ได้ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการจับจ่ายสินค้าช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น สศต. เห็นว่าเป็นโอกาสของสินค้าไทยในตลาดสหราชอาณาจักร ได้แก่ สินค้าอาหารพร้อมรับประทานและอาหารพร้อมปรุงง่ายๆ (Ready to Cook) สินค้าเพื่อการทำงานจากบ้าน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรที่จะพัฒนาเว็บไซต์ให้มีความทันสมัยและน่าสนใจ เพื่อรองรับต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ตลอดจนติดตามสถานการณ์ตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคจาก ผลการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

สรุปรายโดย สศต. ลอนดอน