กลุ่ม CapitaLand & แพลตฟอร์ม Shopee ร่วมเปิดตัวห้างสรรพสินค้า IMM เสมือนจริง

เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2564 บริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชีย **CapitaLand** และแพลตฟอร์ม E-Commerce ชั้นนำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไต้หวัน **Shopee** ร่วมเปิดตัว**ห้างสรรพสินค้า IMM เสมือนจริง (IMM Virtual Mall)** แห่งแรกบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพัฒนาแห่งชาติ / Minister-in-Charge of Social Services Integration และประธานร่วม Emerging Stronger Taskforce[1] (นาย Desmond Lee) ประธานกรรมการบริหาร PSA International (นาย Tan Chong Meng) กรรมการผู้จัดการฝ่ายค้าปลีกของ CapitaLand Singapore (นาย Chris Chong) และ Chief Commercial Officer ของแพลตฟอร์ม Shopee (นาย Zhou Junjie) ร่วมเป็นประธานในพิธีเปิดตัว ทั้งนี้ ความร่วมมือในครั้งนี้เกิดขึ้นหลังจากความสำเร็จของแคมเปญ CapitaLand x Shopee 11.11 เมื่อปีที่แล้ว

[1] **Emerging Stronger Taskforce (EST)** ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2563 ภายใต้สภา Future Economy Council มีหน้าที่วิเคราะห์และทบทวนแนวทางการพัฒนาประเทศของสิงคโปร์ให้มีความยืดหยุ่น พร้อมสร้างแหล่งพลวัตใหม่ๆ เพื่อให้เศรษฐกิจสิงคโปร์ฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19 - https://emergingstronger.sg/about#about

ห้างสรรพสินค้า IMM เสมือนจริงแห่งแรกบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee เป็นโครงการริเริ่มภายใต้หน่วยงาน Emerging Stronger Taskforce (EST) และ Alliance for Action (AfA)[2] มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันความร่วมมือระหว่างพันธมิตรในการดำเนินการตามกลยุทธ์การค้าปลีกแบบองค์รวมและยั่งยืนของรัฐบาลสิงคโปร์ เพื่อการช่วยเหลือผู้ประกอบการค้าปลีกสิงคโปร์ในการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจไปเป็นแบบดิจิทัล

ความร่วมมือดังกล่าว เป็นการเชื่อมต่อระหว่างผู้ค้าปลีกของห้างสรรพสินค้า IMM ที่เป็นห้างสรรพสินค้าที่ใหญ่ที่สุดของสิงคโปร์ มีร้านค้าปลีกมากกว่า 220 ร้าน กับผู้บริโภคบนแพลตฟอร์ม E-Commerce ที่ใหญ่ที่สุดของสิงคโปร์ ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสทางการค้าออนไลน์ให้แก่ผู้ค้าปลีกสิงคโปร์ที่เข้าร่วม นอกจากนี้ ผู้ค้าปลีกที่เข้าร่วมยังจะได้รับเงินอุดหนุนจาก CapitaLand และแพ็คเกจทดลอง Shopee LIVE ซึ่งเป็นแพ็คเกจยอดนิยมของแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee อีกด้วย

ปัจจุบัน มีผู้ค้าปลีกจากห้างสรรพสินค้า IMM แล้ว 33 แบรนด์ ซึ่งประกอบไปด้วยแบรนด์ชั้นนำ 19 แบรนด์ โดยมีการเสนอสินค้าโดยรวมกว่า 8,000 SKU[3] เช่น แบรนด์ Adidas แบรนด์ Kipling แบรนด์ Pierre Cardin แบรนด์ Premier Football ร้าน SK Jewellery และร้าน Winter Time เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีร้านอาหารและเครื่องดื่มอีก 14 ร้าน ที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการแจกบัตรส่วนลดอาหารของร้านอาทิ ร้าน Ajisen Ramen ร้าน Jollibean ร้าน Old Chang Kee ร้าน SF Fruits ร้าน So Pho และร้าน Streats สำหรับรายชื่อร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมทั้งหมดโปรดดูภาคผนวก[4]

---

[2] **หน่วยงาน Alliance for Action (AfA)** มีหน้าที่อำนวยความสะดวก Smart Commerce โดยการมุ่งเน้นไปที่การบุกเบิกรูปแบบการดำเนินงานใหม่ๆ เพื่อช่วยให้ผู้ค้าปลีกในสิงคโปร์ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปเป็นดิจิทัล และการสนับสนุนการส่งออกแบรนด์สิงคโปร์ไปยังต่างประเทศ เพื่อเป็นการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจแบบยั่งยืนและกระจายแหล่งรายได้ของผู้ประกอบการ โดยนอกจากโครงการห้างสรรพสินค้า IMM เสมือนจริงบนแพลตฟอร์ม Shopee แล้ว หน่วยงาน AfA ยังมีการทำงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เช่น **1) หน่วยงาน Infocomm Media Development Authority (IMDA)** ในโครงการ Nationwide Parcel Lockers การให้บริการล็อกเกอร์ 1,000 ตู้ทั่วประเทศ เพื่อเป็นอีกทางเลือกของผู้บริโภคในการรับสินค้าจากผู้ค้าปลีก คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในสิ้นปี 2564 **2) หน่วยงาน Enterprise Singapore (ESG)** ภายใต้โครงการนำร่องเพื่อลดอุปสรรคในการเจาะตลาดต่างประเทศของแบรนด์สิงคโปร์ พร้อมการใช้ความได้เปรียบจากประโยชน์ของเครือข่ายห้างสรรพสินค้า CapitaLand ในภูมิภาค และเครือข่ายของแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee และ **3) สมาคม Restaurant Association of Singapore (RAS)** การร่วมหาแนวความคิดนำร่องเพื่อการจัดการกับความท้าทายในอุตสาหกรรมร้านอาหารในสิงคโปร์ เช่น การบริการสั่งอาหารออนไลน์และรับด้วยตัวเอง และการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งอาหาร เป็นต้น

[3] **SKU (Stock keeping Unit)** — รหัสของสินค้าหรือรายการสินค้าที่จำหน่ายออนไลน์

[4] **ภาคผนวก** - https://www.capitaland.com/content/dam/capitaland-newsroom/International/2021/february/capitaland-x-shopee-imm-virtual-mall/News_Release_CapitaLand_and_Shopee_unveil_IMM_virtual_mall_in_latest_joint_initiative.pdf

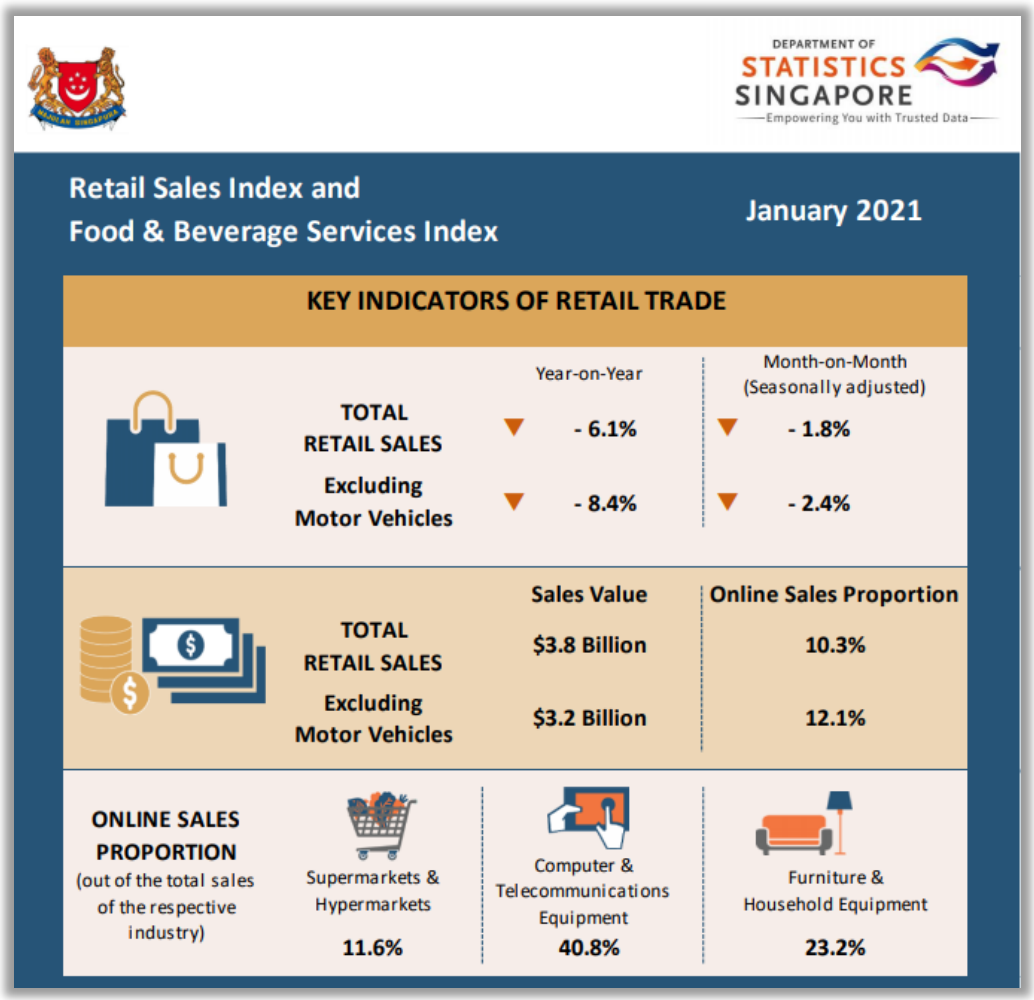
นาย Lee Chee Koon ประธานกรรมการบริหาร CapitaLand Group และ Co-Lead หน่วยงาน The Alliance for Action (AfA) on Facilitating Smart Commerce กล่าวว่า สถานการณ์โควิด-19 ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ค้าปลีกในสิงคโปร์อย่างมาก แต่ก็ทำให้เกิดนวัตกรรมการบริการแบบใหม่ ผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน อย่างเช่น ห้างสรรพสินค้า IMM เสมือนจริง ที่เป็นการผลักดันการสร้างมูลค่าให้กับผู้ค้าปลีกในสิงคโปร์ ผ่านการบูรณาการการดำเนินธุรกิจแบบออฟไลน์และออนไลน์ นอกจากนี้ ในสิงคโปร์ยังมีผู้ประกอบการค้าปลีกอีกจำนวนมากที่มีศักยภาพและพร้อมจะก้าวไปสู่ความสำเร็จในระดับภูมิภาคและระดับโลก หากได้การผลักดันและสนับสนุนที่เหมาะสม ดังนั้น CapitaLand จึงมีความยินดีที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันในครั้งนี้

นาย Ye Gang ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกลุ่ม Sea Limited และ Co-Lead หน่วยงาน AfA on Facilitating Smart Commerce ในการอำนวยความสะดวก Smart Commerce กล่าวว่า ในฐานะบริษัทอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้บริโภคระดับโลกที่ถือกำเนิดและเติบโตในสิงคโปร์ ทางบริษัทมุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างศักยภาพสิงคโปร์ โดยการใช้ประโยชน์จากการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล และ E-Commerce แบบไร้พรมแดนอย่างเต็มที่ และทาง Sea Limited รู้สึกเป็นเกียรติที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของ AfA ในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและการขยายธุรกิจค้าปลีกในต่างประเทศของสิงคโปร์

นาย Chris Chong กรรมการผู้จัดการฝ่ายการค้าปลีกของ CapitaLand Singapore กล่าวว่า ในฐานะผู้ดำเนินการห้างสรรพสินค้ารายใหญ่ที่สุดของสิงคโปร์ CapitaLand มุ่งมั่นที่จะสร้างระบบนิเวศการค้าปลีกแบบองค์รวม ที่เป็นการจำหน่ายสินค้าทั้งในแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ค้าปลีกสิงคโปร์ ในขณะที่ตอบสนองความต้องการในด้านไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคอีกด้วย

นาย Zhou Junjie, Chief Commercial Officer แพลตฟอร์ม Shopee กล่าวว่า รู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งในการต้อนรับ IMM Mall เข้าสู่แพลตฟอร์ม Shopee ทั้งนี้ การเปิดตัว IMM Virtual Mall บนแพลตฟอร์มนั้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความร่วมมือในด้านการเปลี่ยนแปลงของภาคการค้าปลีกแบบออฟไลน์ไปสู่ทางดิจิทัลระหว่างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2564 หน่วยงานภาครัฐสิงคโปร์ Singapore Department of Statistics ประกาศดัชนีการค้าปลีกและการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ประจำเดือนมกราคม 2564 ว่า มูลค่าการค้าปลีกรวมอยู่ที่ประมาณ 3.8 พันล้านเหรียญสิงคโปร์[5] (86.72 พันล้านบาท) ทั้งนี้ ในมูลค่ารวมนี้ ประมาณ 10.3% มาจากการค้าปลีกออนไลน์ (ธันวาคม 2563 การค้าปลีกออนไลน์อยู่ที่ 10.9%) โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มสินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม 40.8% กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ในครัวเรือน 23.2% และกลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ต 11.6% กลุ่ม ของยอดขายทั้งหมดของกลุ่มอุตสาหกรรมนั้นๆ



[5] อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสิงคโปร์ เท่ากับ 22.82 บาท

ความคิดเห็นของ สคต.

ร้านค้าปลีกในสิงคโปร์ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของ E-Commerce ทั่วโลก โดยเฉพาะในช่วงโควิด-19 ที่มีส่วนกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่งดกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ ส่งผลให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้บริการออนไลน์ ซึ่งเมื่อสิงคโปร์เริ่มเปิดประเทศและด้วยความสะดวกของการใช้บริการออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังคงซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เทรนด์การรักษาสุขภาพ การอนุรักษ์โลก และ Automatism ที่มีการนำเอาเทคโนโลยี Big Data มาใช้ ทั้งใช้ในชีวิตประจำวันและในด้านธุรกิจ อาทิ การสั่งซื้อสินค้า การผลิตสินค้า การเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการทำโปรโมชั่น มีผลต่อการทำธุรกิจของร้านค้าปลีกในสิงคโปร์เช่นกัน ดังนั้น รัฐบาลสิงคโปร์จึงได้มีการเปิดตัว The Retail Industry Transformation Map (ITM) ภายใต้โครงการ Industry Transformation Programme และอีกหลายหน่วยงาน เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมและพัฒนาวิถีการดำเนินธุรกิจ โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาใช้ อย่างเช่น การเปิดตัวห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ IMM แบบเสมือนจริง เป็นต้น

ผู้ประกอบการไทยที่สนใจส่งออกสินค้ามายังตลาดสิงคโปร์ อาจทดลองจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในสิงคโปร์ เนื่องจากใช้ต้นทุนต่ำ และพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคชาวสิงคโปร์ มักทดลองแบรนด์สินค้าใหม่ๆ ที่ยังไม่ติดตลาด ส่งผลให้สินค้าไทยมีโอกาสในการขยายช่องทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

ที่มา :

CapitaLand - https://www.capitaland.com/international/en/about-capitaland/newsroom/news-releases/international/2021/feb/CapitaLand-Shopee-IMM-virtual-mall.html?fbclid=IwAR0FXtujVoUFdZpjBMDrbj3KZU71F7SlK9rGNbCgCYm-Ovau6Xl0U2ySPZk

Singapore Department of Statistics - https://www.singstat.gov.sg/-/media/files/news/mrsjan2021.pdf

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์
มีนาคม 2564