

## เทรนด์ธุรกิจค้าปลีกในสหราชอาณาจักร



บริษัท Unibail-Rodamco-Westfield ซึ่งเป็นบริษัทลงทุนด้านห้างสรรพสินค้า ได้เปิดเผยถึงงานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของการระบาดของโรคติดต่อ (Pandemic) ต่ออนาคตของการค้าปลีกว่า ชุมชนได้กลายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด โดยการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาได้เปลี่ยนแปลงเทรนด์การค้าปลีก โดยห้างค้าปลีกจะให้ความสำคัญกับชุมชน ความยั่งยืน (Sustainability) และประสบการณ์ในการจับจ่ายสินค้าในร้าน (Physical Experience) มากขึ้น

นอกจากนี้ Unibail-Rodamco-Westfield ยังได้เปิดเผย 5 เทรนด์การค้าปลีก ซึ่งเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ได้เปลี่ยนแปลงแนวคิดของผู้บริโภคและภาคธุรกิจ ในรายงาน 'Westfield How We Shop: What's Changed' ดังนี้

1. Anti-Prescription – ผู้บริโภคต้องการค้นหาข้อมูลสินค้าในช่องทางออนไลน์ได้อย่างไม่มีข้อจำกัด โดยแบรนด์สินค้าที่ประสบความสำเร็จต้องมีการแสดงสินค้าทุกชนิดของแบรนด์ในช่องทางออนไลน์ และใช้ร้านค้า (physical stores) เป็นที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า นอกจากนี้ ผู้บริโภคมักมีการตัดสินใจซื้อสินค้าแบบไม่คิด (impulse shopping) มากขึ้น ในส่วนของร้านค้าปลีก มีแนวโน้มที่จะปรับปรุงร้านโดยการนำเทคโนโลยีไร้การสัมผัส (contactless) มาใช้ภายใน 18 เดือนข้างหน้า

2. Upside-Down Retail - รูปแบบการค้าปลีกและพฤติกรรมจับจ่ายของผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปภายในปี 2025 โดยร้านค้าปลีกจะมีการจัดสรรพื้นที่สำหรับเพิ่มประสบการณ์การจับจ่ายของผู้บริโภคมากกว่าพื้นที่สำหรับผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้ง ใช้เทคโนโลยีมาเพิ่มประสบการณ์ในการจับจ่ายของลูกค้าอีกด้วย

3. Self-Sustaining Stores – จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 73 ของชาวลอนดอน ต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตในร้าน นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักรยังให้ความสนใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะผลกระทบจากการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Footprint) จากการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะจากการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ ร้อยละ 76 ของผู้บริโภคในยุโรป ต้องการให้ร้านค้าปลีกคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยผู้บริโภคต้องการให้ร้านค้าปลีกยกเลิกการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง (Single-use plastics)

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน

ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน  
11 Hertford Street, Mayfair,  
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749

e-Mail :  
info@thaitradelondon.com

4. Retail Surgery – ร้านค้าปลีกมีการนำวิทยาศาสตร์มาช่วยในการวิเคราะห์สุขภาพ หรือ DNA ของผู้บริโภครายบุคคลเพื่อหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ โดยร้อยละ 49 ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials (เกิดระหว่างปี 2523 – 2539) ยินดีที่จะให้ใช้ DNA ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อความแม่นยำในการเลือกซื้อสินค้า

5. Locally-Morphed – จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคมีการจับจ่ายสินค้าในชุมชนมากขึ้นในปีที่ผ่านมา จากการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักร ร้อยละ 49 ยังคงจะซื้อสินค้าที่ผลิตในชุมชนต่อไป นอกจากนี้ ร้อยละ 96 ของห้างค้าปลีกรายใหญ่ในสหราชอาณาจักร พิจารณาที่จะปรับพื้นที่ในร้านให้กลายเป็นศูนย์กลางของชุมชน และส่งเสริมสินค้าแบรนด์ที่ผลิตในท้องถิ่นมากขึ้น

ที่มา: Fashion United

**ข้อมูลเพิ่มเติม/ ความเห็น สคต.** การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร โดยผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักรหันมาจับจ่ายและสนับสนุนสินค้าที่ผลิตในชุมชนและในประเทศมากขึ้น รวมทั้ง ให้ความสนใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะปัญหาการใช้พลาสติกที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการขนส่ง ในส่วนของร้านค้าปลีกได้ปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการนำเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์มาใช้ตลอดจน นำชุมชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มประสบการณ์จับจ่ายของผู้บริโภค ในส่วนของผู้ประกอบการไทยนั้น ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

-----  
สรุปโดย สคต. ลอนดอน