เทรนด์ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ในวันนี้....ยอมจ่ายเพื่อแลกกับความสะดวกสบาย

นาย John Rubio ผู้อำนวยการประจำประเทศ (Country Director) ของ Facebook ในประเทศฟิลิปปินส์ เปิดเผยผลการศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Trends Research) เพื่อเป็นแนวทางให้กับภาคธุรกิจสำหรับความพยายามในการฟื้นตัวจากผลกระทบโควิด-19 ที่ยังคงดำเนินอยู่จนถึงปัจจุบัน โดยในปี 2563 ที่ผ่านมา Facebook ได้ทำการสำรวจผู้บริโภครวม 12,500 คน ที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 64 ปี จาก 14 ประเทศทั่วโลก รวมถึงฟิลิปปินส์ พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

- ชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเงินเพิ่มเพื่อแลกกับความสะดวกสบาย โดยร้อยละ 90 ของชาวฟิลิปปินส์ ระบุว่าความสะดวกสบาย (Convenience) เกือบจะสำคัญพอๆ กับ “ข้าว” ซึ่งถือเป็นแนวโน้มใหม่ที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และชี้ให้เห็นว่าธุรกิจต่างๆ ควรหาวิธีการใหม่ๆ ในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าซึ่งจะเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถฟื้นตัวจากผลกระทบวิกฤตโควิด-19 ได้

- แบบสำรวจได้สอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับความยินดีที่จะจ่ายค่าสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นเพื่อช่วยประหยัดเวลาหรือไม่ โดยร้อยละ 87 ของผู้ตอบแบบสอบถามในฟิลิปปินส์ระบุว่า ยินดีและเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อความสะดวกสบายในการเข้าถึงสินค้าและบริการ ในขณะที่ร้อยละ 93 ระบุว่าจะคำนึงถึงความสะดวกสบายควบคู่ไปกับราคาเมื่อตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ ร้อยละ 92 ของผู้ตอบแบบสอบถามชาวฟิลิปปินส์ ระบุว่า แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียมีส่วนสำคัญที่ทำให้ชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น และร้อยละ 87 ระบุว่าโซเชียลมีเดียทำให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ต่างๆ มากขึ้น

- การช้อปปิ้งในรูปแบบ Live shopping ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากเช่นกันในช่วงที่ผ่านมา โดย 1 ใน 4 หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของผู้ตอบแบบสอบถามชาวฟิลิปปินส์ระบุว่า ได้พยายามลองซื้อสินค้าผ่าน Live shopping ในปีที่ผ่านมา และร้อยละ 85 คาดว่าจะเพิ่มการจับจ่ายผ่าน Live shopping ในปีนี้ รวมทั้ง

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000
Thai Trade Center Manila
Royal Thai Embassy, 107 Thailand (Rada) St.,
Makati City, Metro Manila, Philippines
Tel: 001-63-2-8940403, 894-0406
Fax: 001-63-2-8160698
Email: thaicommnl@ymail.com

ร้อยละ 80 ระบุว่าสนใจที่จะลองใช้วิธีใหม่ๆ ในการช้อปปิ้งที่แตกต่างออกไป นอกจากนี้ ร้อยละ 90 ต้องการช้อปปิ้งผ่านโทรศัพท์มือถือได้ง่ายขึ้น และจะเลือกใช้ช่องทางการชำระเงินผ่านมือถือหากมีบริการให้ใช้งานได้มากขึ้น

ทั้งนี้ นาย John Rubio กล่าวเพิ่มเติมว่า จากผลการสำรวจดังกล่าวจะเห็นได้ว่านักการตลาด (Marketers) ควรกำหนดมาตรฐานใหม่ในด้านความสะดวก (New Standard in Convenience) รวมทั้งการยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่พร้อมๆ กับลูกค้า นอกจากนี้ ควรใช้ประโยชน์จากพลังของชุมชน (Community) เพื่อสร้างการเชื่อมต่อที่ดีขึ้น ไปจนถึงการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในยุค Mobile-first เพื่อความคล่องตัวของธุรกิจ

นอกจากนี้ นาย Akshat Jain ตำแหน่ง Country Lead of Growth Business ของ Facebook Philippines ยังได้เปิดเผยผลการศึกษาในรายงาน Global State of Small Business Report 2021 เกี่ยวกับผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (Small and Medium-sized businesses : SMBs) และวิธีการปรับเปลี่ยนไปสู่ภาวะปกติใหม่ (New Normal) ซึ่งได้ทำการสอบถามธุรกิจ SMBs กว่า 36,000 รายที่เป็นผู้ใช้ Facebook ใน 27 ประเทศทั่วโลก รวมถึงฟิลิปปินส์ ซึ่งผลการสำรวจพบว่าในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ร้อยละ 27 ของธุรกิจ SMBs ในฟิลิปปินส์ยังคงปิดทำการ ในขณะที่ร้อยละ 56 สามารถกลับมาเปิดดำเนินการแต่ต้องลดจำนวนพนักงานลง นอกจากนี้ เกือบครึ่งหนึ่งของธุรกิจ SMBs ในฟิลิปปินส์ หรือคิดเป็นร้อยละ 44 ระบุว่ายอดจำหน่ายในเดือนมกราคม 2564 ยังคงลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รวมทั้งพบว่าผลจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้นำไปสู่การลดจำนวนแรงงานลงของธุรกิจ SMBs และมีการเพิ่มการใช้เครื่องมือดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจทั่วโลกที่ระบุว่าร้อยละ 55 ของธุรกิจ SMBs ของโลกจำเป็นต้องใช้เครื่องมือดิจิทัลในการสื่อสารกับลูกค้าท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ ทั้งนี้ นาย Akshat Jain กล่าวเพิ่มเติมว่า ธุรกิจขนาดเล็กมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจากวิกฤตโควิด-19 ซึ่งทาง Facebook ได้ให้ความสำคัญกับการจัดหาทรัพยากร แหล่งข้อมูลและเป็นเครื่องมือให้กับธุรกิจ SMBs เพื่อให้สามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับลูกค้าได้มากขึ้นและหวังว่าจะช่วยเร่งการฟื้นตัวของภาคธุรกิจให้ดีขึ้นต่อไป

ที่มา: *หนังสือพิมพ์ Business World และเว็บไซต์ www.pna.gov.ph*

ผลกระทบและโอกาส/แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย

● ผลจากการใช้มาตรการล็อกดาวน์และมาตรการกักกันชุมชนที่เข้มงวดในปีที่ผ่านมา เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์จำนวนมากต่างหันไปพึ่งพาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งไม่ว่าผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าอะไรก็สามารถซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ได้ หรือการจัดส่งอาหาร และแม้แต่การทำธุรกรรมทางการเงิน โดยผลการสำรวจดังกล่าวข้างต้นก็สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ในปัจจุบันมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ในโลกออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วทุกที่ทุกเวลาและเปิดกว้างต้อนรับสิ่งใหม่ๆ มากขึ้น รวมทั้งยอมจ่ายมากขึ้นเพื่อแลกกับความสะดวกสบาย และยิ่งประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ ที่ยังคงดำเนินอยู่ในปัจจุบัน ก็ยิ่งทำให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เร่งการยอมรับในเรื่องเทคโนโลยีหรือทางเลือกใหม่ๆ ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตมากขึ้น โดยการช้อปปิ้งแบบ Live Shopping รวมถึงการชำระเงินผ่านมือถือ

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☑ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ

เมื่อซื้อสินค้าทางออนไลน์ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งถือเป็นหนึ่งในแนวโน้มใหม่ที่เกิดขึ้นจากผลของการแพร่ระบาดฯ ดังนั้น จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีที่ก้าวกระโดดในยุคนี้ ทำให้ผู้คนต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น โดยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและแนวโน้มที่เกิดขึ้นใหม่ดังกล่าว ก็ได้ส่งผลให้ผู้ประกอบการในฟิลิปปินส์ทั้งรายใหญ่และรายเล็กต่างต้องปรับตัวในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการ

ปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น ประกอบกับมาตรการและข้อจำกัดต่างๆ ที่บังคับใช้เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดฯ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถประกอบกิจการหน้าร้านได้ตามปกติ จึงต้องหันมาใช้ช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภค ทั้งนี้ ในช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดฯ พบว่าธุรกิจส่วนใหญ่ในฟิลิปปินส์ยังมีความล่าช้าในการตอบสนองต่อการปรับเปลี่ยนด้านดิจิทัลเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน เช่น สิงคโปร์ ไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย เป็นต้น โดยข้อมูลของ World Bank พบว่าการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ของฟิลิปปินส์ยังอยู่ในระดับต่ำ โดยมีส่วนอำนวยความสะดวกเพียงร้อยละ 0.5 ของการขายในภาคธุรกิจ ซึ่งอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การใช้ดิจิทัลค่อนข้างต่ำ เนื่องมาจากปัญหาโครงสร้างพื้นฐานด้านอินเตอร์เน็ตและมีต้นทุนสูง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจทางออนไลน์ได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีประโยชน์มากที่สุดในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยธุรกิจที่สามารถปรับตัวสู่ดิจิทัลได้เร็วก็จะได้รับประโยชน์และผลกำไรจากการเติบโตของตลาดออนไลน์หรือ E-commerce นอกจากนี้ คาดว่าแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะเลือกใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อความสะดวกสบายก็จะยังคงอยู่และจะกลายเป็นพฤติกรรมปกติใหม่ที่ถาวรต่อไป แม้ว่าวิกฤต COVID-19 จะยุติลง ดังนั้น จึงคาดว่าการเติบโตอย่างมากของอุตสาหกรรม E-commerce จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ในอนาคต โดยข้อมูลจาก Google ระบุว่าอุตสาหกรรม E-commerce ของฟิลิปปินส์จะเติบโตเป็น 2.8 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2568

● การขยายตลาดด้วยช่องทางเดิมๆ อาจเป็นไปด้วยความลำบากในช่วงวิกฤต COVID-19 เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นใหม่ดังกล่าว ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์หันมาใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดต่อเจรจาธุรกิจกับคู่ค้าในฟิลิปปินส์มากขึ้น รวมทั้งการเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์พฤติกรรมเชิงลึกและแนวโน้มใหม่ของผู้บริโภคในตลาดฟิลิปปินส์ และนำไปพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อสร้างโอกาสในการขายและดึงดูดความสนใจ รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ในปัจจุบันและในอนาคตต่อไป

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

27 เมษายน 2564

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☑ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center Manila
Royal Thai Embassy, 107 Thailand (Rada) St.,
Makati City, Metro Manila, Philippines

Tel: 001-63-2-8940403, 894-0406
Fax: 001-63-2-8160698
Email: thaicommnl@ymail.com