

Shopee แพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ที่ชาวมาเลเซียเลือกใช้มากที่สุด ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19



ที่มา: หนังสือพิมพ์ Malay Mail

โพลผลสำรวจของ Ipsos ระบุว่า Shopee แพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ชื่อดัง สามารถครองใจชาวมาเลเซียขึ้นแท่นอันดับหนึ่งจากผู้ตอบแบบสอบถามในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 82 โดยให้เหตุผลว่า ราคาและโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ระบบใช้งานง่าย การจัดส่งสินค้ามีความรวดเร็ว การรีวิวสินค้ามีความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม สำหรับ Lazada แพลตฟอร์มคู่แข่งนั้น ตามมาเป็นอันดับที่สองคิดเป็นร้อยละ 31 Facebook คิดเป็นร้อยละ 18 GoShop และ Mudah อย่างละร้อยละ 6 ในขณะที่แพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ของจีน TaoBao และ Instagram คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

โพลของ Ipsos ยังระบุอีกว่า ชาวมาเลเซียหันมาใช้อีคอมเมิร์ซมากขึ้น โดยเกือบ 1 ใน 2 ของผู้ตอบแบบสอบถามกล่าวว่า พวกเขาซื้อสินค้าออนไลน์อย่างน้อยหนึ่งครั้งในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มสินค้าเสื้อผ้าและรองเท้า นอกจากนี้ ผลจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ประกอบกับคำสั่งควบคุมการสัญจร (Movement Control Order : MCO) ทำให้สินค้าของใช้ในครัวเรือน อาทิ ผลิตภัณฑ์สำหรับการดูแลบ้านและสินค้าของกินของใช้กลายเป็นสินค้ายอดนิยมในอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซ

Lars Erik Lie ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรมสาธารณะของ Ipsos กล่าวว่า การระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้บางภาคส่วนเกิดการหยุดชะงัก ผู้ค้าปลีก/ธุรกิจแบบมีหน้าร้านต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนอยู่หลายครั้ง แต่แพลตฟอร์มออนไลน์กลับเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่เฟื่องฟูมากในช่วงการระบาดนี้ เนื่องจากแพลตฟอร์มเหล่านี้มีวิธีที่จะเข้าถึงประชาชนทุกช่วงอายุในประเทศ โดยผู้ใช้งานที่มีอายุระหว่าง 18-34 ปี มีการซื้อสินค้ามากที่สุด ซึ่งมากกว่าผู้ใช้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปีถึงสามเท่า นอกจากนี้ เขากล่าวเพิ่มเติมว่า สินค้าแฟชั่นยังคงเป็นกุญแจสำคัญสำหรับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ แต่การระบาดใหญ่และ MCO กลับช่วยให้สินค้าในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลบ้านและสินค้าเพื่อบริโภคกลายเป็นหมวดหมู่ที่สำคัญเช่นเดียวกัน ทำให้เกิดผู้ใช้งานหน้าใหม่เพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

ความเห็นของ สคต.

จากการสำรวจตลาดเชิงลึกของสำนักงานฯ และรายงานจาก Euromonitor International 2021 พบว่า ปี 2563 มูลค่าการค้าในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซคิดเป็นมูลค่า 122,242 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 48 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และคาดว่าจะขยายตัวขึ้นอีกในปี 2564 คิดเป็นมูลค่า 156,470 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า หมวดสินค้าที่ชาวมาเลเซียนิยมซื้อมากที่สุด ได้แก่ เครื่องแต่งกาย และรองเท้า อาหารและเครื่องดื่มคิด เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ มัลติมีเดีย และของตกแต่งบ้าน ตามลำดับ สำหรับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดปี 2563 คือ Lazada ครองส่วนแบ่งตลาดอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 30.9) รองลงมาคือ Shopee (ร้อยละ 18.9) Zalora (ร้อยละ 6.7) Lelong.my (ร้อยละ 2.3) และ Amazon (ร้อยละ 2.1) ตามลำดับ

นับตั้งแต่เกิดการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้รัฐบาลต้องออกมาตรการและนโยบายเพื่อป้องกันการระบาดในวงกว้าง สิ่งเหล่านี้ได้กระทบต่อการใช้ชีวิตของชาวมาเลเซีย บริษัทส่วนใหญ่ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานโดยเน้นให้พนักงานทำงานที่บ้าน (WFH) มากขึ้น นอกจากนี้ วิธีการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคยังถูกจำกัด แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในช่วงที่ผ่านมา

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ