



ตลาดอาหารและเครื่องดื่มทางออนไลน์จะนำร่องจนถึงปี 2567

ประเด็นข่าว

สินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายทางออนไลน์จะเป็นกลุ่มสินค้าที่มีการขยายตัวรวดเร็วที่สุด จะมีอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 30 ไปจนถึงปี 2567 ซึ่งปรากฏตามรายงานฉบับล่าสุดของบริษัทวิจัย Forrester Research

และยังคาดว่ากลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มทางออนไลน์จะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 5.4 ถึงร้อยละ 10.4 ในช่วงระหว่างปี 2563 ถึงปี 2567 และขับเคลื่อนถึงร้อยละ 17 ของยอดขายทางออนไลน์ทั้งหมดในสหรัฐฯ ในปี 2567

การคาดการณ์ของบริษัท Forrester Research เป็นการตอกย้ำการขยายตัวของตลาดโกรเซอร์รี่ผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยแรงผลักดันของการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ทำให้ผู้บริโภคนิยมการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์และการบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน

ในปีที่ผ่านมา ยอดขายของกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มทางออนไลน์นำร่องการขยายตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75 หรือเพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัวจากปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 32 รองลงมาคือ ยอดขายของกลุ่มสินค้าสัตว์เลี้ยง มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 46

นอกจากนี้ บริษัท Forrester คาดว่า ยังมีกลุ่มสินค้าของเล่น Personal Care และเฟอร์นิเจอร์ ที่จะมีอัตราการขยายตัวด้วยตัวเลข 2 หลักภายในปี 2567 และได้ประเมินยอดขายทางออนไลน์ของกลุ่มสินค้าเสื้อผ้าจะขยายตัวถึงร้อยละ 47.5 ภายในปี 2567

ที่มา: www.grocerydive.com

บทวิเคราะห์

ตลาดอาหารและเครื่องดื่มในสหรัฐฯ

ตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มรวมของสหรัฐฯ มีมูลค่า 1,410 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2563 ลดต่ำไปจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 9.8 ซึ่งเป็นผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

มูลค่าตลาดแยกเป็นยอดขายของร้านซูเปอร์มาร์เก็ต 700 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มร้อยละ 8.6 และยอดขายของร้านอาหาร 650 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หดตัวไปร้อยละ 32.3

คอนอเมริกันใช้จ่ายเพื่อการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มประมาณ คิดเป็นโดยเฉลี่ยประมาณ 2,600 เหรียญสหรัฐฯ /คน/ปี

ตลาดอาหารและเครื่องดีมทางออนไลน์

การจำหน่ายสินค้าอาหารและเครื่องดีมทางออนไลน์ในสหรัฐฯ มีมูลค่า 19,890 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2562 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.2 และคาดว่าจะเพิ่มเป็นเท่าตัวหรือประมาณ 39,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2566

ผู้นำตลาดการจำหน่ายอาหารและเครื่องดีมทางออนไลน์ 5 รายแรก คือ kroger.com (2,285 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) amazon.com (1,734 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) walmart.com (1,569 ล้านเหรียญสหรัฐฯ), Costco.com (455 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) และ samsclub.com (359 ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

นักการตลาดอี-คอมเมิร์ซให้ข้อคิดเห็นว่ายอดจำหน่ายสินค้าอาหารและเครื่องดีมทางออนไลน์ขยายตัวในอัตราสูง เนื่องจากผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้พัฒนาวัฒนธรรมและนิสัยชอบความสะดวกรวดเร็ว และผู้บริโภคที่ใช้เวลาออนไลน์เป็นส่วนใหญ่

นอกจากนั้นแล้ว นักการตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดีมให้ความเห็นว่าช่องทางออนไลน์จะเป็นช่องทางในการสร้างการรับรู้แบรนด์สินค้าให้ผู้บริโภคได้รวดเร็ว

โอกาสของสินค้าอาหารและเครื่องดีมไทย

1. แพลตฟอร์มออนไลน์ Top 5 ที่กล่าวถึง มีเพียง 2 รายที่เปิดให้ผู้ประกอบการทั่วไปเข้าไปจำหน่ายสินค้าได้บนแพลตฟอร์มคือ amazon.com และ walmart.com ผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะขายสินค้าอาหารและเครื่องดีมผ่านแพลตฟอร์มทั้งสองสามารถศึกษาวิธีได้จากเวบลิงค์ ดังนี้ <https://services.amazon.com/global-selling/overview.html> และ <https://marketplace.walmart.com>

2. ปัจจุบัน Social Media ได้แก่ Influencer, Facebook, Twitter Instagram เป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อการตลาดและการขายสินค้า ผู้ประกอบการต้องใช้ประโยชน์โดยการประยุกต์ Social Media เข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดีมให้แก่ธุรกิจ

3. โลจิสติกส์ในด้านการจัดส่งมอบสินค้าที่รวดเร็วเป็นปัจจัยสนับสนุนการค้าทางออนไลน์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการขายทางออนไลน์ ควรพิจารณาในเรื่องการเก็บรักษาสินค้าในคลังสินค้าในสหรัฐฯ เนื่องจากแพลตฟอร์มบังคับให้ผู้ขายต้องเก็บสินค้าไว้ในสหรัฐฯ เพื่อจุดประสงค์ด้าน Drop shift หรือเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า