



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน

(Weekly News from Berlin)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

6 สิงหาคม 2564

ข่าวภายในประเทศ และข่าวเศรษฐกิจ

ธุรกิจ E-Food บริษัทบริการส่งสินค้าบริโภค

บริษัท Flaschenpost บริษัทลูกของ บริษัท Oetker ก้าวเข้าร่วมการแข่งขันบริการส่งสินค้าบริโภค หลังจากที่เริ่มต้นด้วยการส่งเฉพาะสินค้าเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียวก่อน โดยโครงการได้ริเริ่มในเมือง Münster ได้ดำเนินไปอย่างดี บริษัทก็เริ่มให้บริการส่งอาหารแช่แข็งและอาหารสด ต่อไปยังเมือง Düsseldorf และ Langenfeld ผู้บริหารบริษัท Flaschenpost นาย Stephen



Weich วางแผนการประกอบธุรกิจในพื้นที่ใหม่ของบริษัท ไว้มาก “บริษัทได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากการทดลองในเมือง Münster จึงทำให้กล้าที่จะขยายพื้นที่การทดลองไปยังเมืองอื่น ก่อนที่จะขยายไปทั่วทั้งประเทศ ต่อไป” นาย Weich กล่าวในระหว่างการให้สัมภาษณ์กับ นสพ. Handelsblatt โดยในเมือง Münster ในเวลานี้ กว่า 1 ใน 3 ของลูกค้าของ Flaschenpost เริ่มส่งสินค้าบริโภคด้วย โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยการที่ Flaschenpost เลือกที่จะเดินมาในเส้นทางนี้ การเข้ามาในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างดุเดือด ปริมาณลูกค้าที่ส่งสินค้าบริโภค Online ยังไม่มากนัก เมื่อเทียบกับจำนวนบริษัทที่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด โดยนอกจาก Rewe และ Amazon ที่เริ่มส่งสินค้าบริโภคอย่างเป็นทางการ ก็ยังมีบริษัท เช่น Picnic จากประเทศเนเธอร์แลนด์ บริษัท Knuspr และ Bringmeister ที่มีเจ้าของจากสาธารณรัฐเช็ก ยังไม่รวมบริษัท Start Ups อย่าง Gorillas และ Flink ที่รับประกันว่า การส่งสินค้าภายในเมืองใหญ่ ได้ภายในระยะเวลา 15 นาที หลังจากที่ส่งสินค้า ซึ่งทั้ง 2 ฟังได้รับเงินสนับสนุนจากกลุ่มนักลงทุนมาหมาดๆ

โดยหลังจากที่บริษัท Oetker เข้ามาซื้อบริษัท Flaschenpost ซึ่งเป็น Start Up ในราคาประมาณที่ 800 ล้านยูโร ในเดือนพฤศจิกายน ปีที่ผ่านมา นักลงทุนต่างก็สงสัยกันว่า ทำไม Oetker จึง

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



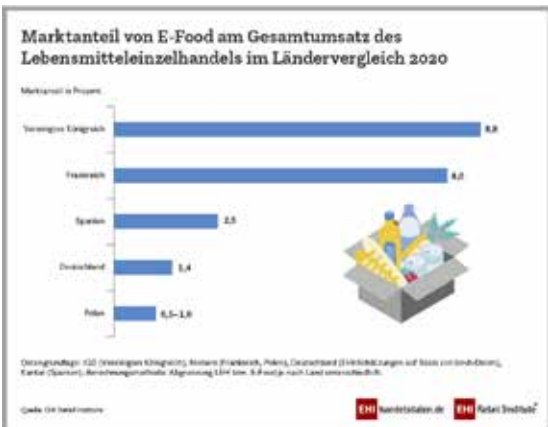
กล้าทุ่มเงินซื้อบริษัทที่ส่งเฉพาะเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียว โดยครึ่งปีหลัง ก็แสดงให้เห็นว่า บริษัท Oetker มีมุมมองอย่างไรในการซื้อ ผู้เชี่ยวชาญด้าน E-Food จากมหาวิทยาลัย Luzern และผู้ให้คำปรึกษาด้าน E-Commerce นาย Matthias Schu มองเห็นศักยภาพในการขยายตัวในตลาดของ Flaschenpost “ตลาดในประเทศเยอรมนี

ยังเป็นพื้นที่ที่ยังมีศักยภาพในการขยายตัวอีกมาก และธุรกิจ E-Food ยังมีพื้นที่ที่สามารถเจริญเติบโตได้อีกมาก” นาย Schu กล่าว โดยพื้นที่ไกลออกไปจากเมืองใหญ่ เช่น เบอร์ลิน และมิวนิค ยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการขยายตัวอีกมาก โดยล่าสุด บริษัทเพิ่งเริ่มขยายการส่งสินค้าไปยังเมือง Potsdam และ Aachen หมายความว่า บริษัทส่งสินค้าใน 170 เมืองจาก 32 ศูนย์กระจายสินค้า “ข้อได้เปรียบก็คือ โครงสร้างพื้นฐานด้านระบบโลจิสติกส์ที่ชัดเจน ซึ่งทำให้ง่ายต่อการขยายรายการสินค้า และการจัดจำหน่าย” นาย Weich กล่าว โดยในเมือง Münster บริษัทมีสินค้ามากกว่า 3,000 รายการ ให้สามารถเลือกสั่งซื้อได้ ในเมือง Düsseldorf มีกว่า 3,600 รายการ และจะเพิ่มเครื่องดื่มขึ้นอีก 1,200 รายการ “หากเทียบกับ Discounter แล้วเรียกได้ว่า เป็นจำนวนที่น่าสนใจมากทีเดียว” นาย Weich กล่าว ธุรกิจส่งสินค้าบริโภค สามารถใช้พื้นที่ของศูนย์กระจายสินค้าที่มีอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องเช่าพื้นที่เพิ่ม จะสามารถจำกัดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจไว้ในระดับหนึ่ง อีกทั้งยังสามารถเพิ่มสินค้าใหม่เข้ามาในระบบได้ง่าย เพื่อที่จะสามารถสร้างสิ่งที่น่าสนใจในการจำหน่ายสินค้ารายวันได้ อย่างง่ายดาย” ผู้บริหารบริษัท Flaschenpost ให้คำสัญญา “การทยอยดำเนินการแบบ step by step ไปที่ละศูนย์กระจายสินค้าว่า จะเพิ่มสินค้าในศูนย์ไหนต่อไป” โดยผู้เชี่ยวชาญ นาย Schu ก็เห็นด้วยกับการเพิ่มรายการสินค้าบริโภคเข้าไปเสริมสินค้าหลัก ซึ่งความหลากหลาย น่าจะทำให้ยอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องลงทุนอะไรมากมาย “ในเวลาเดียวกัน เพื่อที่จะสามารถจำหน่ายสินค้าบริโภค ทั้งสดและแห้ง รวมไปถึงสินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือนอื่นๆ ก็แทบจะไม่ต้องลงทุนในระบบโครงสร้างที่มีอยู่แล้วเพิ่มแต่อย่างใด” นาย Schu คาดการณ์ การที่มีเจ้าหน้าที่จัดส่งสินค้าภายในบริษัท ก็ทำให้มีความยืดหยุ่นสูง และแทบจะไม่ต้องพึ่งผู้ส่งสินค้าภายนอกในการส่งสินค้าโดยตรงกับลูกค้าเลย ในเวลาเดียวกันสัดส่วนธุรกิจ E-Food ในธุรกิจ E-Commerce โดยรวมแล้ว ยังจัดว่าเล็กมาก

ธุรกิจ E-Commerce โดยรวมของประเทศเยอรมนี อยู่ที่ 200 พันล้านยูโร ธุรกิจ E-Food มีส่วนแบ่งเพียง 4 พันล้านยูโร เท่านั้น ในเวลาเดียวกัน วิถีชีวิตโคโรนา ก็ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากรู้จักการใช้บริการซื้อสินค้า Online มากขึ้น และทำให้มีการทดลองสั่งสินค้าบริโภค Online เป็นครั้งแรกเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ซึ่งลูกค้ารายใหม่จำนวนหนึ่ง ก็จะใช้บริการซื้อสินค้าบริโภค Online ต่อไป บริษัทให้คำปรึกษา Oliver Wyman คาดการณ์ว่า ภายในปี 2025 ตลาดน่าจะมีขนาดอยู่ที่ 8.8 พันล้านยูโร หรือ

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



ขยายตัวขึ้นเท่าตัว เมื่อเทียบกับปัจจุบัน ซึ่งบริษัท Flaschenpost เอง ก็น่าจะได้รับผลประโยชน์จากการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce จนสามารถที่จะขยายยอดจำหน่ายเป็น 200 ล้านยูโร หรือเท่าตัว เช่นกัน “แน่นอนที่ผ่านมา ปัญหาโคโรนา ส่งผลกระทบต่อการใช้งานบ้าง การปรับตัว และปฏิบัติงานเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดในกลุ่มพนักงาน และความเสี่ยงที่จะติดเชื้อลง” โดยหลังจากช่วง Lockdown ครั้งแรก การซื้อสินค้า

เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ในด้านการชักจูงใจลูกค้า บริษัทก็เห็นข้อได้เปรียบ ที่มีระบบโครงสร้างการจัดส่งสินค้าอยู่แล้ว รวมไปถึงเป็นยี่ห้อที่ลูกค้ารู้จักดีอยู่แล้ว “บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และมีความมั่นคง” นาย Weich อธิบาย ซึ่งบนพื้นฐานนี้ ที่จะทำให้สามารถขยายการจำหน่ายสินค้าบริโภคออกไปได้ “สิ่งสำคัญ ก็คือ การตรวจสอบมาตรฐาน ที่จะต้องปราศจากรอยต่อ เพื่อที่จะไม่ทำให้ลูกค้าผิดหวัง” โดยวางแผนที่จะใช้เวลาแบบปกติ ในการจัดส่งสินค้า หรือเหมือนกับตอนที่ส่งเครื่องดื่ม ที่อยู่ภายใน 2 ชั่วโมง หลังจากที่ส่งสินค้า นั้นหมายความว่า จะส่งสินค้าช้ากว่า Gorillas และ Flink แต่เร็วกว่า Rewe และ Amazon ที่ส่วนใหญ่ จะส่งสินค้าอีกวันหลังจากส่งสินค้า ผู้เชี่ยวชาญ นาย Schu เห็นว่า การวางระดับเวลาในการจัดส่งสินค้า ของ Flaschenpost สมเหตุสมผลแล้ว “และคาดการณ์ว่า ในอนาคต การจัดส่งสินค้าภายในเมืองใหญ่ ระหว่าง 2 - 4 ชั่วโมง จะกลายเป็นมาตรฐาน” อีกทั้งการร่วมงานกับอีกบริษัท Durstexpress บริษัทลูกของ Oetker ที่ประกอบธุรกิจคล้ายคลึงกัน ก็จะทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น “การร่วมปฏิบัติงานอย่างเป็นทางการ ได้เริ่มต้นในช่วงเดือนพฤษภาคม ที่ผ่านมา” นาย Weich อธิบาย “การรวมศูนย์ธุรกิจของทั้ง 2 บริษัทเข้าด้วยกัน ทำให้มีกำลังด้านการพัฒนาระบบ Software ทั้งในเบอร์ลิน และในเมือง Münster” โดยในอนาคต บริษัท Durstexpress ที่ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักเท่าไร ก็จะค่อยหายไป อย่างไรก็ตาม ในเวลานี้ บริษัท Flaschenpost บางศูนย์ส่งสินค้า ก็เริ่มทำกำไรแล้ว แต่ก็ยังมีบางศูนย์ที่ยังไม่ทำกำไรในการปฏิบัติงาน บริษัทมุ่งที่จะทำให้มีการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น” นาย Schu เห็นว่า ภายใต้ร่มบริษัทแม่ เช่น Oetker ก็ไม่น่าจะมีปัญหาที่จะทำให้บริษัท Flaschenpost สามารถขยายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ในเวลาเดียวกัน ก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ทำให้บริษัท Oetker สามารถจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นได้ในอนาคตด้วย เช่นกัน

จาก Handelsblatt 6 สิงหาคม 2564

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
 Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
 email - thaicom.berlin@t-online.de

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด