



แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

15 พฤศจิกายน 2564

แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี

Otto ชูจุดแข็งศูนย์กระจายสินค้า (Logistics Center) จนผลประกอบการโตแซงหน้า Amazon

เมื่อพูดถึงบริษัท Otto Group คงไม่มีใครในเยอรมนีที่ไม่รู้จัก เพราะ Otto คือผู้จำหน่ายสินค้า Online ที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศนี้ ในช่วงที่ผ่านมาหลาย ๆ กิจการต่างก็ประสบปัญหาจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่สิ่งนี้กลับไม่มีผลต่อกิจการของ Otto แต่อย่างใด หากแต่กลับทำให้ผลประกอบการของบริษัทฯ ในช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ 21/22 มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นถึง 20% (โดยประมาณ) ในขณะที่ ยอดจำหน่ายบริษัทลูกต่าง ๆ ในเครือของ Otto.de ก็พากันขยายตัวเพิ่มขึ้นถึง 30% สำหรับปีที่ผ่านมา Otto มียอดจำหน่ายรวมอยู่ที่ 15.6 พันล้านยูโร ซึ่งเมื่อพิจารณาเทียบกับ Amazon ซึ่งเป็นยักษ์ใหญ่ในด้านการค้าขายออนไลน์ Otto เติบโตมากกว่า Amazon เสียอีก ถ้ามองว่าจุดแข็งของ Otto คืออะไร คำตอบก็คือ ระบบ Logistics ของบริษัทฯ ที่มีความแตกต่างจากของ Amazon นั่นเอง

นาย Alexander Birken ผู้บริหารของ Otto Group ได้เคยให้สัมภาษณ์ นสพ. Handelsblatt ไว้ว่า “ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา Otto ได้ทุ่มทุนหลายร้อยล้านยูโรไปกับการสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Logistic Center) ของบริษัทฯ ซึ่งนับเป็นเรื่องที่โชคดีมาก ๆ เพราะในเวลานี้การจะหาพื้นที่ดี ๆ เพื่อสร้างศูนย์กระจายสินค้านั้นทำได้ยากมาก” สำหรับ Amazon แล้ว เรื่องศูนย์กระจายสินค้า นับเป็นปัญหาสำคัญกำลังเผชิญหน้าอยู่นั่นเอง จนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเจริญเติบโตของกิจการ และผลประกอบการของ Amazon ในไตรมาสที่ผ่านมา ก็โตแค่ 16% เท่านั้น ซึ่งหลายฝ่ายคาดการณ์ว่า ในไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ (2021) ผลประกอบการของ Amazon น่าจะสามารถโตได้เต็มที่ระหว่าง 10 –

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

16 % เท่านั้น

นาย Nils Zündorf ผู้เชี่ยวชาญด้าน E-Commerce และผู้บริหารหลักของ factor-a หน่วยงานภาคพื้นยุโรปของ Amazon ได้ออกมาชี้แจงว่า “เรื่องหลัก ๆ ที่ธุรกิจ E-Commerce แทบทุกรายจะต้องเจอ ก็คือ ระบบโลจิสติกส์จะค่อย ๆ เดินทางไปถึงจุดที่เป็นปัญหาคอขวด ซึ่งแม้กระทั่ง Amazon ซึ่งถือเป็นยักษ์ใหญ่ในธุรกิจการค้าออนไลน์ ก็ยังต้องเจอกับปัญหานี้เช่นกัน” ซึ่งขณะนี้เอง Amazon ก็ไม่รู้ว่าจะไปหาพื้นที่ใด มาสร้างศูนย์กระจายสินค้าเพิ่มขึ้นได้ นาย Zündorf ยังได้เปิดเผยเพิ่มเติมว่า “นอกจากที่ Amazon ไม่สามารถหาพื้นที่รองรับการตั้งศูนย์กระจายสินค้าได้แล้วนั้น ยังโชคไม่ดีอีก เพราะขณะนี้ในหลายพื้นที่ ก็พากันต่อต้านการตั้งศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ”

จากประเด็นปัญหาของ Amazon จึงกลายเป็นจุดแข็งและข้อได้เปรียบของ Otto ที่เตรียมการและจัดหาพื้นที่ไว้สำหรับสร้างศูนย์กระจายสินค้าไว้ล่วงหน้ามานานแล้ว ซึ่งในอดีต Otto ได้มองกันว่า หากวันหนึ่งปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ จะจัดการกับปัญหาด้าน Logistics ที่จะทวีเพิ่มขึ้นอย่างไร ซึ่งนาย Birken กล่าวว่า “Otto รู้สึกโล่งใจในเรื่องนี้เป็นอย่างมากและรู้สึกที่บริษัทฯ ตัดสินใจในวันนั้นไม่ผิดจริง ที่ทุ่มทุนจำนวนมหาศาลไปกับการสร้างศูนย์กระจายสินค้าไว้ทั่วประเทศ

ผู้บริหาร Otto Group ได้กล่าวด้วยความมั่นใจและภาคภูมิใจว่า “หากทิศทางการเจริญเติบโตของบริษัทฯ ยังเป็นไปด้วยดีในแบบนี้ Otto ก็สามารถแข่งขันกับคู่แข่งยักษ์ใหญ่ที่มาจากฝั่งสหรัฐอเมริกาและจีนได้อย่างแน่นอน” และนาย Zündorf ยังได้เปิดเผยเพิ่มเติมอีกว่า “ในขณะที่ปัจจุบันบริษัทค้าขายออนไลน์ต่าง ๆ พากันเร่งสร้างศูนย์กระจายสินค้ากันอย่างขมุกขมน แต่ Otto เราเองแทบจะไม่มีสินค้าค้างสต็อกในโกดังเลย ซึ่งถามว่าทำไมถึงเป็นเช่นนี้ คำตอบก็คือว่า เรามีการใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (Ai) และการพัฒนาระบบ Supply Chain ของบริษัทฯ ให้เป็นดิจิทัลมากขึ้น เพื่อนำมาช่วยคำนวณความต้องการสินค้าและจำนวนคำสั่งซื้อสินค้า” สำหรับ ธุรกิจของ Otto ในปัจจุบันนี้ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ธุรกิจค้าขายออนไลน์เท่านั้น แต่ในธุรกิจค้าปลีกเดิมของบริษัทฯ เองก็สามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นได้เช่นเดียวกัน โดยบริษัทฯ ได้เข้าไปลงทุนในห้างสรรพสินค้าอย่าง Manufactum และ Crate and Barrel ซึ่งแม้ที่ผ่านมามีทั้ง 2 ห้างจะไม่สามารถเปิดทำการได้ เนื่องจากเป็นช่วง Lockdown จากโควิด-19 แต่ก็ยังสามารถขายสินค้าได้ จนมียอดขายได้ถึง 50% ของเวลาในช่วงปกติ ซึ่งถือเป็นเรื่องที่น่าอัศจรรย์มาก เราจึงคิดว่าน่าจะเป็นผลมาจากการทำงานอย่างหนักและการเตรียมการที่รัดกุมของเรานั่นเอง

จาก Handelsblatt 15 พฤศจิกายน 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 จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด