

สถานการณ์ตลาดค้าปลีกออสเตรเลียหลัง COVID-19

สำนักงานสถิติแห่งชาติออสเตรเลีย (Australian Bureau of Statistics : ABS) เปิดเผย ยอดค้าปลีกเดือนมีนาคม 2565 มีมูลค่า 33,600 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6) เป็นการเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากเดือนกุมภาพันธ์ 2565 ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 โดยได้รับผลมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าและการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการระบาดของไวรัส COVID-19 ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายในสินค้าต่างๆ ทั้งในร้านค้าและออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยยอดค้าปลีกเพิ่มขึ้นเกือบทุกอุตสาหกรรม ทั้งนี้ ยอดการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 สินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 ร้านกาแฟและร้านอาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ร้านค้าปลีกทั่วไปเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ยอดค้าปลีกสินค้าอาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 และสินค้าเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 เป็นยอดขายที่เพิ่มขึ้นเกือบทุกรัฐ โดยเฉพาะในรัฐ Queensland (เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4) และรัฐ New South Wales (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8) ผลจากการซื้อสินค้าจำเป็นเพื่อการฟื้นฟูของภาคครัวเรือนหลังเหตุการณ์น้ำท่วมในช่วงเดือนกุมภาพันธ์และ มีนาคม ในขณะที่ยอดค้าปลีกในรัฐ South Australia หดตัวลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.7

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการฟื้นตัวของยอดค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นในช่วงไตรมาสแรกปี 2565 ยอดขายสินค้าออนไลน์เริ่มชะลอตัวลง (มีสัดส่วนร้อยละ 19.3 ของยอดค้าปลีกในออสเตรเลียทั้งหมดเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งได้รับแรงกระตุ้นจากการระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19) โดยผลประกอบการของผู้จำหน่ายสินค้าเฉพาะช่องทางออนไลน์รายใหญ่ในออสเตรเลียต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ อาทิ Kogan (ผู้จำหน่ายสินค้า Consumer products ราคาประหยัด แบรินด์ Private label รายใหญ่) Amazon (ผู้ให้บริการซื้อ/ขายสินค้าออนไลน์รายใหญ่จากสหรัฐอเมริกา) และ Temple & Webster (ผู้จำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และสินค้า Homewares) เป็นผลมาจากการยกเลิกมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของภาครัฐ ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสามารถตรวจสอบและทดลองคุณภาพสินค้าได้ตามต้องการ และผู้บริโภคต้องการหลีกเลี่ยงความล่าช้าในการจัดส่งสินค้าที่เกิดจากยอดสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีเป็นจำนวนมาก

เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายออนไลน์ Temple & Webster (ผู้จำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และสินค้า Homewares ออนไลน์) จึงเสนอแคมเปญทางการตลาดใหม่ เนื่องจากเห็นโอกาสในการปรับบริการของธุรกิจไปสู่ตลาด Home improvements (มีมูลค่าตลาด 26,000 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย) โดยนำเสนอ The Build by Temple & Webster (เว็บไซต์ Online-only retail) จำหน่ายสินค้าซ่อมแซมและปรับปรุงบ้านมากกว่า 20,000 รายการ เพื่อขยายกลุ่มตลาด Home renovators (DIY) โดยเน้นการเป็นร้านค้า One Stop Shop เพื่อแข่งขันกับ Bunnings และ Mitre 10 ซึ่งทำตลาดอยู่แล้ว

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

นอกจากนี้ Temple & Webster คาดว่า ตลาดออนไลน์ออสเตรเลียจะชะลอตัวลงในช่วงสั้นๆ เนื่องจากชาวออสเตรเลียยังนิยมซื้อสินค้าออนไลน์ในชีวิตประจำวันอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าอัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่เพิ่มสูงขึ้นจะเป็นปัจจัยลบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการใช้จ่ายซื้อสินค้าก็ตาม

Source: www.abs.gov.au / www.afr.com

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center
Level 21, 56 Pitt Street,
Sydney, NSW 2000

Phone: +66 2 9241 1075
Fax: +66 2 9251 5981
e-Mail: thaitradesydney@gmail.com