

การช้อปปิ้งผ่านช่องทางออนไลน์ยังคงได้รับความนิยมจากชาวมาเลเซีย



ที่มา: หนังสือพิมพ์ The Malaysian Reserve

จากการศึกษาของบริษัทวิจัย Ipsos ในหัวข้อ "E-Commerce landscape in Reopened Economy" พบว่าชาวมาเลเซียยังคงนิยมใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในการจับจ่ายสินค้าในชีวิตประจำวัน ซึ่งสิ่งนี้กลายเป็นนิสัยที่เกิดขึ้นในช่วงที่โควิด-19 ที่สูงที่สุด

Lars Erik Lie Associate Director ด้าน Public Affairs ของ Ipsos Malaysia กล่าวว่า การค้าปลีกได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งผู้บริโภคทุกวัยเริ่มเปลี่ยนวิธีการเลือกซื้อสินค้าจากจับจ่ายซื้อของข้างนอกตามห้างสรรพสินค้า เป็นการเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และยังคงนิยมซื้อสินค้าผ่านออนไลน์จนเป็นปกติ แม้ภายหลังที่โรคระบาดเริ่มมีแนวโน้มคลี่คลายสู่การเป็นโรคประจำถิ่นในปัจจุบัน

จากการสำรวจในเดือนเมษายน 2565 จากกลุ่มตัวอย่างชาวมาเลเซีย 1,005 คน อายุระหว่าง 18 - 74 ปี พบว่า ร้อยละ 66 ของผู้ซื้อออนไลน์มีอายุระหว่าง 18-34 ปี ในขณะที่ร้อยละ 15 มีอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยสำหรับผู้สูงอายุ การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงการแพร่ระบาด โดยหมวดหมู่สินค้ายอดนิยม ได้แก่ สินค้าแฟชั่นและสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นที่ต้องการมากที่สุด คือร้อยละ 50 และร้อยละ 39 ตามลำดับ สำหรับสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ในครัวเรือน มีแนวโน้มซื้อสินค้าดังกล่าวในราคาที่แพงกว่าปีก่อนหน้า คิดเป็นร้อยละ 13

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

นอกจากนี้ ในส่วนการสำรวจอีคอมเมิร์ซ 16 แพลตฟอร์ม พบว่า ผลการวิจัยพบว่าชาวมาเลเซียจะซื้อสินค้ากับแพลตฟอร์มที่พวกเขาชื่นชอบเท่านั้น โดยโดยเฉลี่ยใช้ร้านค้าปลีกออนไลน์เพียงสองแห่งเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าบน Shopee (ร้อยละ 79) เนื่องจากการพูดปากต่อปาก และมีความคุ้มค่าสมราคา เป็นปัจจัยสำคัญ ตามมาด้วย Lazada (ร้อยละ 21) เนื่องจากมีบริการจัดส่งที่ดี Facebook (ร้อยละ 18) Grab (ร้อยละ 14) Mudah.com (ร้อยละ 5) Instagram (ร้อยละ 4) และ Taobao (ร้อยละ 3)

ความเห็นของ สคต.

พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ของประเทศและโลก ซึ่งปัจจุบันนี้การช้อปปิ้งออนไลน์ถือเป็นเรื่องธรรมดาประจำวันไปแล้ว การทำธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ถือเป็นแนวทางที่น่าสนใจ โดยอาจจะใช้กลยุทธ์การตลาด Omnichannel (ออนไลน์+ออฟไลน์) นอกจากจะวางจำหน่ายสินค้าบนหน้าร้าน และแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่จะยกระดับสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทุกกลุ่มได้ดี

อย่างไรก็ดีขณะนี้ สำนักงานฯ ร่วมกับสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล นำร่องจัดทำแคมเปญร่วมกับแพลตฟอร์มชื่อดังอย่าง Shopee ขนสินค้าไทยในโครงการ TOPTHAI ขึ้นขายบน Shopee Malaysia กับแคมเปญ Think Thailand ประเดิมการซื้อขายสินค้าข้ามประเทศ ชาวมาเลเซียเตรียมซื้อสินค้าไทยได้เลย คาดว่าอีกไม่นานการซื้อขายสินค้านี้ระหว่างประเทศบนแพลตฟอร์มต่างๆ จะไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป จึงขอให้ผู้ประกอบการไทยศึกษาข้อมูลและดำเนินการด้านการตลาดเตรียมความพร้อมขยายช่องทางการทำธุรกิจต่อไป

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ