



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์/บอลติก (Weekly News from Nordics & Baltics)

รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ณ กรุงโคเปนเฮเกน

16 – 20 ธันวาคม 2556

การค้าปลีกออนไลน์ในช่วงเทศกาลคริสต์มาสตุ่เด็ด

สำนักข่าว Berlingske ได้รายงานข่าวเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2556 ว่า การจับจ่ายใช้สอยในช่วงเทศกาลคริสต์มาสผ่านอีคอมเมิร์ซ จะเพิ่มยอดขายโดยรวมได้ในปีนี้ แต่บางบริษัทอาจมียอดขายลดลง

ร้านค้าออนไลน์ Smartguy (<http://www.smartguy.dk>) ได้ประกาศว่าบริษัทได้ลดระดับเป้าหมายของรายได้ในช่วงนี้ เพราะยอดสั่งซื้อสินค้าในช่วงคริสต์มาสยังไม่เพิ่มขึ้นมากนัก และยังมีการแข่งขันในตลาดอย่างสูง

"Smartguy เป็นหนึ่งในบริษัทที่ผมนึกคิดว่าผลประกอบการจะเป็นไปด้วยดี แต่มั่นใจประหลาดใจมากที่มีการปรับเป้าหมายลดลง" นาย Niels Bjørn Andersen อาจารย์จากมหาวิทยาลัย Copenhagen Business School กล่าว

เช่นเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาธุรกิจค้าปลีกชื่อดังของเดนมาร์ก นาย Bruno Christensen กล่าวว่า หากดูจากแนวโน้มอุตสาหกรรมปัจจุบัน เขาไม่ได้แปลกใจมากนัก เนื่องจากมีหลายบริษัทก้าวเข้ามาสู่การค้าระบบออนไลน์มากขึ้น

"สิ่งที่โชคร้ายก็คือ บริษัท Smartguy จะต้องปรับแผนธุรกิจให้แตกต่างจากบริษัทคู่แข่งในอุตสาหกรรม ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และราคา มิฉะนั้นบริษัทๆ จะเป็นฝ่ายเสียเปรียบ" เขากล่าว

นอกจากนี้ นาย Bruno Christensen แนะนำ บริษัท Smartguy และบริษัทค้าปลีกอื่นๆ ต้องเริ่มมองหาทางเลือกอื่นทั้งทางด้านราคาและผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าคู่แข่งอื่นๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ มิฉะนั้นแล้วบริษัทเหล่านี้จะเผชิญกับการแข่งขันที่ยากลำบากในช่วงที่มีการจับจ่ายซื้อของอย่างในช่วงเทศกาลคริสต์มาสนี้ และในอนาคต

Weekly News from Nordic & Baltic

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

"การลดราคาในช่วงคริสต์มาสควรจะอยู่ช่วงร้อยละ 10 - 30 ร้อยละ หากบริษัทต้องเห็นการเจริญเติบโตในช่วงเดือนธันวาคม และถ้าบริษัทๆ เหล่านั้นไม่สามารถทำได้ มันจะเป็นสัญญาณเชิงลบต่อบริษัทอย่างแน่นอน" เขากล่าว

หนึ่งในปัญหาสำหรับบริษัท Smartguy และบริษัทอื่นๆ คือ การเป็นผู้ให้บริการที่คล้ายคลึงกัน และสินค้ามีหลากหลายมากเกินไป นาย Bruno Christensen มองว่า ในปีถัดไป การค้าปลีกออนไลน์จะมีลักษณะร้านค้าเฉพาะ (Specialty shops) เพิ่มมากขึ้น และทำให้มีข้อได้เปรียบหลายอย่างที่ทำให้ร้านค้าที่ขายของหลากหลายทั่วไปประสบปัญหามากยิ่งขึ้นใหญ่

ข้อคิดเห็น

ในช่วงปี 2556 การค้าปลีกออนไลน์ (E-commerce) ในเดนมาร์กมีมูลค่า 3.32 พันล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ (M-commerce) เริ่มเข้ามามีบทบาทในปี

สินค้าสำคัญในอุตสาหกรรมค้าปลีกออนไลน์ ได้แก่ กลุ่มสินค้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ตามมาด้วยผลิตภัณฑ์สื่อต่างๆ (Media products) มีส่วนแบ่งตลาดอย่างละร้อยละ 17 ของสินค้าทั้งหมด

การค้าออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ (M-commerce) เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ (Younger consumers) ที่มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟน และผู้บริโภคชาวเดนมาร์กเชื่อถือระบบการค้าออนไลน์ รวมทั้งความสะดวกสบายเป็นปัจจัยสำคัญในการจับจ่ายใช้สอยนี้ การค้าขายผ่านแท็บเล็ตยังคงเติบโตเช่นเดียวกัน ในปัจจุบัน กว่าร้อยละ 20 ของประชากรเดนมาร์กมีแท็บเล็ตในครอบครอง และมีแนวโน้มการซื้อขายจากอุปกรณ์แท็บเล็ตนี้เพิ่มมากขึ้นด้วย

ประเทศเดนมาร์กถึงแม้จะเป็นประเทศขนาดเล็ก มีประชากรอยู่ประมาณ 5.5 ล้านคน แต่เป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าหลายอย่าง เหมาะกับผู้ส่งออกไทยโดยเฉพาะขนาดกลางและขนาดเล็กที่สนใจจะขยายตลาดสินค้าในแถบนี้ ซึ่งสามารถใช้ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือธุรกิจการค้าปลีกออนไลน์นี้ เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขยายตลาดสินค้า



Weekly News from Nordic & Baltic

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน
ธันวาคม 2556

แหล่งข้อมูล

สำนักข่าว Berlingske

<http://www.business.dk/detailhandel/smartguys-julenedtur-overrasker>

Weekly News from Nordic & Baltic

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด