



Credit Picture: <https://www.gourmetpro.co/blog/top-supermarkets-india>

Quick Commerce ขยายตัวกดดันร้านโชห่วยในอินเดีย

Kearney บริษัทที่ปรึกษาระดับโลก เผยรายงานล่าสุดเมื่อเดือนมิถุนายน 2568 ว่า แพลตฟอร์ม Quick Commerce (การค้าด่วน) กำลังส่งผลกระทบต่อร้านโชห่วย (Kirana stores) ในอินเดีย โดยเฉพาะในเขตเมือง เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปให้ความสำคัญกับความสะดวกและราคาส่วนลด โดยยอดขายจาก Quick Commerce มีเพียง 6–8% เท่านั้นที่เป็น “ยอดขายใหม่จริง” ขณะที่ส่วนใหญ่เป็นการดึงยอดขายจากช่องทางอื่น โดยเฉพาะค้าปลีกทั่วไป โมเดิร์นเทรด และอีคอมเมิร์ซ

ในแง่ของการแข่งขันด้านราคา ร้านโชห่วยให้ส่วนลดเฉลี่ย 2–5% จากราคาขายปลีกสูงสุด (MRP) ขณะที่โมเดิร์นเทรดให้ส่วนลดเฉลี่ยถึง 17.8% และอีคอมเมิร์ซที่ 16.7% แม้ Quick Commerce จะให้ส่วนลดเพียง 6–9% แต่ยังสามารถแข่งขันได้ในกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคเน้นความสะดวก เช่น ขนมขบเคี้ยว น้ำอัดลม และอาหารบรรจุแพ็คเกจ อย่างไรก็ตาม ร้านโชห่วยยังคงได้เปรียบในหมวดผักผลไม้สด ซึ่งผู้บริโภคยังนิยมเลือกซื้อด้วยตัวเองเพื่อความมั่นใจในคุณภาพ ด้านการจ้างงานพบว่า ร้านโชห่วยและ Quick Commerce สร้างการจ้างงานใกล้เคียงกัน เฉลี่ยราว 63 ตำแหน่ง ต่อยอดขาย 10 ล้านบาทต่อเดือน สะท้อนว่าแม้รูปแบบธุรกิจต่างกัน แต่ทั้งสองยังคงใช้แรงงานหนาแน่น

สมาพันธ์ผู้ค้าทั่วอินเดีย (The Confederation of All India Traders : CAIT) ได้เรียกร้องให้ภาครัฐพิจารณาเก็บภาษีสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury Tax) จากแพลตฟอร์ม Quick Commerce โดยให้เหตุผลว่าธุรกิจเหล่านี้ไม่ได้รับการสนับสนุนและกฎระเบียบในระดับเดียวกับร้านค้าดั้งเดิม อย่างไรก็ตามแม้รัฐบาลยังไม่มีมาตรการดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมต่อข้อเรียกร้องของ CAIT แต่มีสัญญาณของการเพิ่มความเข้มงวดในการ

กำกับดูแลแพลตฟอร์ม Quick Commerce อาทิ **หน่วยงานด้านอาหารและสุขอนามัย** กำลังพิจารณาเพิ่มการตรวจสอบแพลตฟอร์ม Q/C เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารในคลังสินค้า ปัจจุบัน ตลาด Quick Commerce ของอินเดียใน 2025 มีผู้เล่นหลัก 3 รายที่ครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันกว่า 97% ได้แก่ Blinkit, Zepto และ Swiggy Instamart โดย Blinkit ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ Zomato ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ 44% ตามด้วย Zepto ที่ 30% และ Swiggy Instamart ที่ 23% ส่วนผู้เล่นรายอื่น เช่น BigBasket (BB Now) และ Flipkart Minutes รวมกันมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 3% ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน (ข้อมูล ณ มีนาคม 2568) ทั้งสามแพลตฟอร์มมีจำนวน “ดาร์กสโตร์” รวมกันมากกว่า 3,000 แห่งทั่วประเทศ โดย Blinkit มีมากกว่า 1,000 แห่ง, Zepto มีประมาณ 700–750 แห่ง และ Swiggy Instamart มีประมาณ 609 แห่ง คาดการณ์ว่าในปีงบประมาณ 2025–26 จำนวนดาร์กสโตร์ทั่วอินเดียจะเพิ่มขึ้นเป็น 5,000–5,500 แห่ง

นอกจากนี้ ล่าสุดเมื่อเดือนมิถุนายน 2568 Amazon ได้เปิดตัวบริการ **Amazon Now** ในตลาด Quick Commerce อย่างเป็นทางการ หลังทดลองในเมืองเบงกอลูรูนานกว่า 6 เดือน โดยยังคงให้บริการผ่านแอปหลักของ Amazon ต่างจากคู่แข่งอย่าง Blinkit, Zepto และ Swiggy Instamart ที่ใช้แพลตฟอร์มเฉพาะทาง

นักวิเคราะห์มองว่า Quick Commerce ไม่ใช่เพียงตลาดทดลองอีกต่อไป แต่ได้กลายเป็น**พฤติกรรมผู้บริโภคกระแสหลักในเขตเมืองใหญ่** ทำให้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซอย่าง Amazon และ Flipkart ต้องปรับตัวเข้าร่วมแข่งขันเพื่อรักษฐานผู้ใช้ โดยปัจจุบันตลาด Quick Commerce ในบางพื้นที่ของอินเดียมีการแข่งขันสูงถึง **6 แพลตฟอร์มในหนึ่งเขต** โดยแต่ละรายต่างงัดกลยุทธ์ราคาอย่างดุเดือดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความคิดเห็น สคต.

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของ Quick Commerce ในอินเดียสะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นความสะดวกและความเร็วในการจัดส่ง โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่ ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้าสู่ตลาดอินเดียผ่านช่องทางดิจิทัลที่กำลังเติบโตนี้

ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้าสู่ตลาดอินเดียควรพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับช่องทาง Quick Commerce เช่น ขนาดกะทัดรัด บรรจุภัณฑ์พร้อมใช้ และบริโภคได้บ่อย พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์ราคาที่แข่งขันได้และยืดหยุ่นต่อโปรโมชั่น เพื่อให้สามารถตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นความสะดวก ความเร็ว และความคุ้มค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แหล่งข้อมูล

<https://www.financialexpress.com/business/brandwagon-deep-discounts-and-delivery-speed-are-hurting-kirana-stores->

<https://www.business-standard.com/companies/start-ups/amazon-faces-challenges-in-india-quick-commerce-market-says->

<https://economictimes.indiatimes.com/tech/startups/govt-may-increase-scrutiny-on-quick-commerce-firms-following-hygiene-food-safety-issues/articleshow/121760312.cms>